

# Zeitschriftenlese

## AfP

### Jg 35 (2004) Nr 1

Rossen-Stadtfeld, Helge: Die Konzeption Regulierter Selbstregulation und ihre Ausprägung im Jugendmedienschutz. – S. 1–8

Bei Formen regulierter Selbstregulation soll es perspektivisch um die wechselseitige Abstützung von Selbst- und Fremdkontrolle gehen. Der Beitrag stellt vor diesem Hintergrund die grundsätzliche Konzeption dieser neuen Steuerungsform dar und untersucht deren Funktionsbedingungen und -grenzen. Im Anschluss wendet der Autor sich der praktischen Ausgestaltung der Regulierungsform im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag zu. Der Beitrag bewertet die Konkretisierung Regulierter Selbstregulation im Jugendmedienschutz im Ergebnis kritisch.

Ring, Wolf-Dieter: Jugendschutz im Spannungsfeld zwischen Selbstregulierung der Medien und staatlicher Medienkontrolle. – S. 9–13

Der Beitrag stellt das Konzept der regulierten Selbstregulierung im Bereich des Jugendmedienschutzes dar und gibt einen Überblick über erste praktische Erfahrungen aus der Sicht der KJM. Neben der problemorientierten Darstellung des neuen Jugendschutzens geht der Autor auf das Verhältnis der KJM zu den Akteuren und Entscheidungen der freiwilligen Selbstkontrolle in diesem Bereich ein.

Staebe, Erik: Privilegierung vielfaltserhaltender Pressefusionen. – S. 14–18

Vor dem Hintergrund eines Entwurfs zur Änderung des GWB, dessen Kernstück die Privilegierung vielfaltssichernder Pressefusionen vorsieht, beurteilt der Autor die Novellierung aus wettbewerbspolitischer und verfassungsrechtlicher Sicht. Insbesondere aufgrund der Gefahr einer laufenden Inhaltskontrolle zur Einhaltung der Voraussetzungen für vielfaltserhaltende Pressefusionen äußert der Autor verfassungsrechtliche Bedenken und schlägt als Alternative strukturbezogene Anzeigepflichten vor.

Heim, Sebastian: Das Rechtsinstitut der Titelschutzanzeige. – S. 19–24

Becker, Bernhard von: Neue Tendenzen im Titelschutz. – S. 25–28

## Communicatio Socialis

### Jg 37 (2004) Nr 1

Raabe, Johannes: Die sozialen Grundlagen journalistischer Praxis: Journalisten und ihr Handeln in der Sicht wissenschaftlicher Forschung. – S. 3–25

Gruber, Thomas: Journalismus als Dienst an der Gesellschaft: Gefährdung durch Fehlentwicklungen, Versuchungen, Beeinflussungen. – S. 26–40

Faulstich, Werner: Das Buch im Zeitalter der digitalen Medien: von den Anfängen bis in die Zukunft. – S. 41–56

Friedrich, P. Alfons: buchreligion.de – oder: der Versuch, auch heute dem religiösen Buch Präsenz zu geben. – S. 57–61

Beiger, Eckhard: Das Internet – Orakel oder Zeitung?: Perspektiven für die kirchliche Medienarbeit. – S. 62–69

## Communication Research

### Jg 31 (2004) Nr 1

Morr, Mary Claire; Mongeau, Paul A.: First date expectations: the impact of sex of initiator, alcohol consumption, and relationship type. – S. 3–35

Kiousis, Spiro; McCombs, Max: Agenda-setting effects and attitude strength: political figures during the 1996 presidential election. – S. 36–57

Zillmann, Dolf; Chen, Lei; Knobloch, Silvia; Coy Callison: Effects of lead framing on selective exposure to Internet news reports. – S. 58–81

Elvland, William P.; Marton, Krisztina; Seo, Mihye: Moving beyond „just the facts“: the influence of online news on the content and structure of public affairs knowledge. – S. 82–108

The increasing use of online news, particularly by young Americans, points to the importance of understanding what users learn from this form of news and whether features of online news encourage or discourage various types of learnings. This experimental study demonstrates that online news that takes advantage of one of the key characteristics of the Web – the use of in-text hyperlinks – may actually discourage learning of the facts that make up many news stories. But this same linking structure apparently encourages those who commonly use the Web to have more densely interconnected knowledge structures for public affairs topics. However, those who rarely use the Web for news do not gain such advantages and may even suffer disadvantages. These findings point to limitations in most past online news learning research, which has been limited to „just the facts“ in its measurement of learning from the news.

Chia, Stella C.; Lu, Kerr-hsin; McLeod, Douglas: Sex, lies and video compact disc: a case study on third-person perception and motivations for media censorship. – S. 109–130

**Jg 31 (2004) Nr 2**

Ballard, Dawna I.; Seibold, David R.: Organizational members' communication and temporal experience: scale development and validation. – S. 135–172

Knobloch, Leanne K.; Carpenter-Theune, Katy E.: Topic avoidance in developing romantic relationships: associations with intimacy and relational uncertainty. – S. 173–205

David, Prabu; Liu, Kaiya; Myser, Michael: Methodological artifact or persistent bias?: testing the robustness of the third-person and reverse third-person-effects for alcohol messages. – S. 206–233

Meirick, Patrick C.: Topic-relevant reference groups and dimensions of distance: political advertising and first- and third-person-effects. – S. 234–255

**Communication Theory**

**Jg 14 (2004) Nr 1**

Fairhurst, Gail T.; Putnam, Linda: Organizations as discursive constructions. – S. 5–26

Lee, Kwan Min: Presence, Explicated. – S. 27–50

Bridges, Janet A.: Corporate issues campaigns: six theoretical approaches. – S. 51–77

Wiley, Stephen B. Crofts: Rethinking nationality in the context of globalization. – S. 78–96

d'Haenens, Leen; Bardoel, Jo: Media responsibility and accountability: new conceptualizations and practices. – S. 5–26

Liedekerke, Luc van: Media ethics: from corporate governance to governance, to corporate social responsibility. – S. 27–42

Verstraeten, Hans: The transformation of politics: implications for media assessment and accountability. – S. 43–58

**Communications**

**Jg 29 (2004) Nr 1**

Raboy, Marc; Taras, David: Transparency and accountability in Canadian media policy?.. – S. 59–76

Bonzelos, Petty: The tension between quality journalism and good business in Canada: a view from the inside. – S. 77–92

Summeren, Cindy van; d'Haenens, Leen: Looking for transparent and measurable performance criteria as an alternative for the

membership requirement: the BNN case. – S. 93–112

**Communications Law**

**Jg 9 (2004) Nr 1**

Ballard, Tony: Location based services: UK implementation of the European directive on privacy in electronic communications. – S. 2–4

Wagner, Christoph; Grünwald, Andreas: Consolidation in the German broadband cable market: scenarios and regulatory challenges. – S. 5–8

Griffiths, Margaret: New controls on electronic direct marketing. – S. 9–12

Davies, Clive: Is offshore IT outsourcing any different from a manufacturing licence?. – S. 13–14

Woods, Lorna; Smith, Fiona: GATS and the audiovisual sector. – S. 15–21

**Computer Law review International**

**Jg 5 (2004) Nr 1**

Westkamp, Guido: Regional protection of databases: Common Law misappropriation surpasses material reciprocity in the US investments in collections of Information Bill 2003. – S. 1–6

Kilian, Wolfgang: Structural aspects of Internet regulations: how economics interests influence the original idea of a global data transmission network. – S. 7–11

Determinmann, Lothar; Krüdewagen, Ute: Manufacturer guarantees in global commerce: guarantees and warranties for computer products in the USA and the EU and their eligibility for a global or localized approach. – S. 12–16

**Jg 5 (2004) Nr 2**

Beard, Lucy et al: Harmonization of Copyright Law in the European Community: a comparative overview of the implementation of the copyright directive (2001/29/EC) in France, Germany and the United Kingdom. – S. 33–40

Pearson, Hilary: Patentability of Computer-Implementede inventions: Somersault or change of legislative approach?: evaluating the amendments of the draft Directive by the European Parliament and the compromise proposal by the presidency. – S. 41–45

**Computer und Recht****Jg 20 (2004) Nr 2**

Nolte, Norbert: Benchmarking in IT-Outsourcing-Verträgen. – S. 81–87

Redeker, Helmut: Softwareerstellung und § 651 BGB: die typischen Vertragsgestaltungen verlangen differenzierte Ergebnisse. – S. 88–91

Tiedemann, Jens: Prepaid-Karten im Mobilfunk: anonyme Kommunikation versus Strafverfolgungsinteresse. – S. 95–99

„Über die Rechtmäßigkeit der Erhebung und Speicherung der Bestandsdaten von Kunden, die Prepaid-Produkte von Mobilfunknetzbetreibern erwerben, herrscht seit Jahren Streit. Das Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung der Kunden kollidiert mit den staatlichen Strafverfolgungsinteressen. Ange-sichts der Vielzahl der Kunden von Prepaid-Produkten verursacht die entsprechende Datenerhebung und -speicherung, die für die Vertragsdurchführung nicht notwendig ist, hohe Kosten bei den Mobilfunknetzbetreibern. Der [...] Beitrag analysiert die Verhältnismäßigkeit des mit der Datenerhebung und -speicherung bei Prepaid-Produkten verbundenen Grundrechtseingriffes. In der bisherigen Diskussion wurden gemeinschaftsrechtliche Aspekte, wonach anonyme Telekommunikation ermöglicht werden soll, nicht hinreichend beachtet. Es folgt eine Bewertung der einschlägigen Normen des Entwurfs eines neuen Telekommunikationsgesetzes (TKG-E) sowie der damit für die Mobilfunknetzbetreiber verbundenen wirtschaftlichen Konsequenzen. Der Gesetzgeber bleibt aufgefordert, die (Wieder-)Einführung der Erhebung und Speicherung der Bestandsdaten bei Kunden von Prepaid-Produkten kritisch zu überprüfen.“

Härtung, Niko; Eckart, Christian: Provider gegen Spammer: Können sich Provider mit rechtlichen Ansprüchen gegen die Mailflut wehren?. – S. 119–122

Vor dem Hintergrund steigernder Kosten für Internet-Provider durch die erheblich angestiegene Flut unerwünschter E-Mails an die Endnutzer untersucht der Beitrag, ob und mit welchen rechtlichen Mitteln Provider gegen die Verursacher der Spam-Flut angehen können. Da die Zusendung unverlangter Werbung aus Nutzersicht sowohl zivil- als auch wettbewerbsrechtlich unzulässig ist, prüfen die Autoren inwiefern Unterlassungsansprüche auch durch den Provider geltend gemacht werden könnten, etwa aufgrund von betriebsbezogenen Beeinträchtigungen oder vorsätzlich-sittenwidrigen Schädigungen. Die Untersuchung kommt zu dem Ergebnis, dass Provider neben den Endkunden ebenfalls Unterlassungsansprüche aus § 823 Abs.1 BGB und § 826 BGB, jeweils i.V.m. § 1004 BGB, zustehen.

Frank, Thomas: „You've got (Spam-)Mail“: zur Strafbarkeit von E-Mail-Werbung. – S. 123–128

**Jg 20 (2004) Nr 3**

Müller-Hengstenberg, Claus Dieter: Vertrags-typologie der Computersoftwareverträge: eine

kritische Auswertung höchstrichterlicher Rechtsprechung zum alten Schuldrecht für die Beurteilung nach neuem Schuldrecht. – S. 161–165

Müglich, Andreas: AGB-rechtliche Überle-gungen zur Auftragsvergabe nach BVB: führt das reformierte Schuldrecht zur AGB-rechtlichen Unwirksamkeit?. – S. 166–172

Ruhle, Ernst-Olav: Harmonisierung von Vor-abverpflichtungen für Unternehmen mit be-trächtlicher Marktmacht: ein neuer Ansatz zur Standardisierung angemessener Rechtsfolgen im neuen EU-Rechtsrahmen für elektronische Kommunikation. – S. 178–184

Nach dem neuen EU-Rechtsrahmen für elektronische Kommunikation obliegt es den nationalen Regulierungsbehörden der Mitgliedstaaten, auf vorher definierten Märkten festzustellen, ob auf dem jeweiligen Markt wirksamer Wettbewerb herrscht, oder ob ein oder mehrere Unternehmen über beträchtliche Marktmacht verfügen. Für den Fall beträchtlicher Marktmacht haben die Regulierungsbehörden dem Unternehmen dem Problem angemessene Vorabverpflichtungen aufzuerlegen, um dem Missbrauch be-trächtlicher Marktmacht entgegenzutreten. Der Bei-trag stellt das Konzept der europäischen Regulie-rungsbehörden zu angemessenen Vorabverpflichtun-gen vor und stellt potentielle Wettbewerbsprobleme auf elektronischen Kommunikationsmärkten und vereinheitlichende Lösungsansätze dar.

Mankowski, Peter: Die Beweislastverteilung in „0190er-Prozessen“: wider einen Anscheins-beweis für die Richtigkeit einer Telefonrechnung im Hinblick auf Mehrwertdienste. – S. 185–188

Spindler, Gerald: Neues im Vertragsrecht der Internet-Provider: Einflüsse der Reformen des Schuldrechts und des Telekommunikations-rechts. – S. 203–212

Koch, Frank A.: Perspektiven für die Link- und Suchmaschinen-Haftung: Kommissionsbericht zur Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie und seine Konsequenzen für das TDG. – S. 213–217

Ende 2003 hat die EG-Kommission ihren Bericht über die Anwendung der E-Commerce-Richtlinie vorge-legt (KOM 2003 (702) endg.). Der Beitrag fasst den Bericht der Kommission insbesondere im Hinblick auf daraus resultierende Konsequenzen für die Haftungsregelungen des TDG zusammen. Der Autor plädiert für eine ausdrückliche Ausweitung des Rege-lungsbereichs des TDG auch auf Suchmaschinen, for-dert aber gleichzeitig Ausnahmetatbestände für auto-matisierte Verfahren.

**Jg 20 (2004) Nr 4**

Schneider, Jochen: Risikobereiche des Pflege-Vertrags: wie beeinflusst das neue Schuldrecht

den Markt der Softwarepflege?. – S. 241–247

Bräutigam, Peter: SLA: in der Praxis alles klar?: optimale Konkretisierung von Umfang und Qualität geschuldeter Einzelleistungen beim IT-Outsourcing. – S. 248–253

Grabe, Olaf: Das „Dialer-Problem“ und was zu klären übrig blieb ...: trotz Missbrauchsge-setz und Dialer-Entscheidung des BGH v. 4.3.2004 bleiben aus Sicht eines alternativen Teilnehmernetzbetreibers wesentliche Aspekte klärungsbedürftig. – S. 262–266

Taraschka, Klaus: „Auslandsübermittlung“ personenbezogener Daten im Internet: Aus-wirkungen des Urteils des EuGH v. 6.11.2003 – Rs C-101/01 – Bodil Lindqvist auf die Ausle-gung deutschen Rechts. – S. 280–285

„Der EuGH hat sich in seinem Urt. v. 6.11.2003 (Rs. C-101/01) zum zweiten Mal überhaupt mit dem Da-tenschutzrecht befasst. Dabei hat der EuGH unter anderem zu der Frage Stellung genommen, ob die Ein-stellung von personenbezogenen Daten auf einer In-ternetsseite auf Grund der weltweiten Zugriffsmög-lichkeit auf diese Daten eine Datenübermittlung in ein Drittland darstellt. In dem [...] Beitrag wird die Be-deutung dieser Entscheidung für die zukünftige An-wendung des deutschen Datenschutzrechts erörtert. Zu diesem Zweck wird nach einer Darstellung dieser Entscheidung die Bewertung der Bereitstellung perso-nenbezogener Daten im Internet nach deutschem Da-tenschutzrecht vor dieser Entscheidung des EuGH untersucht. Im Anschluss daran wird erörtert, ob die bisherige Position nach deutschem Datenschutzrecht weiterhin haltbar ist und es werden Vorschläge zur zukünftigen Rechtsanwendung unterbreitet.“

## Convergence

Jg 9 (2003) Nr 4

Griffiths, Keith: The manipulated image. – S. 12–26

„Five or so years ago one was likely to be branded a deeply suspicious bar-room bore, to be avoided at all costs, if one so much as mentioned the word ‚digital‘. Pedants remained convinced that ‚cinema‘ was that is-land of luminous reality uniquely created by the purr of celluloid film projected in one of the multi-screen sheds that litter the perimeter of our provincial towns. Nowadays comment on the state and future of ‚digital cinema‘ appears like clockwork across a wide range of the critical and trade press. Digital pollution swirls through the sky; it is impossible to ignore. ‚Digital‘ has arrived.“

Leggett, Mike: Interactive states: cinema and digital media. – S. 27–37

Mak, Monica: Keeping watch of time: the tem-poral impact of the digital in cinema. – S. 38–47

„Linking the concept of performance to spectatorship (eg the act of screening a film before an audience) and to craftsmanship (eg the act of suturing together filmic sequences), my paper will demonstrate that digital

technology's impact on time within the cinematic realm has been promoting two concurrent phenome-na, over the last decade: First, the digital, in the form of covert and overt digital special effects, has been influ-encing movie spectators' direct relationship to narra-tive time and space. Simultaneously, it has, in the form of digital non-linear editing (NLE), been leading to the rise of theoretical misconceptions about film editing's effect on thematic coherence, human agency, and film aesthetic, in relation to narrative chronolo-gy.“

Wolf, Mark J. P.: The technological construc-tion of performance. – S. 48–59

„Performance in film is more than straightforward recording of actors; performances were (and are) often constructed in positif effects, we are seeing an un-precedeted degree of technological advances that al-low the breaking up, recombinining, and reconfiguring of actors' abilities as multiple forms of input. This es-say examines the history behind the technological construction of performance, the elements which per-formances have been divided into, and some of the ways in these divisions redefine what we have tradi-tionally thought of as constituting performance, which has become in many ways a more collabora-tive effort instead of the work of an individual ‚star‘ per-former.“

Higgins, Scott: A new colour consciousness: colour in the digital age. – S. 60–78

„A film's visual design is increasingly determined digi-tally, after principal cinematography. This essay charts the nature of the digital revolution in relation to digital colour grading. Faced with the new digital de-vices, filmmakers are casting about for appropriate, re-spectable functions. The paper examines how the first two mainstream Hollywood releases to feature digital colour designs, Gary Ross's Pleasantville (1998), and Joel and Ethan Coen's O Brother Where Art Thou (2000), work as aesthetic prototypes. It argues that digital colour may not so much entail a revolution as care-ful and considered integration, and one role of the early digitally graded film has been to set out concrete methods for refining the technology to craft norms. Close formal analysis of colour design in these films also illustrates how the aesthetic problems of the dig-ital age replay the dynamics of stylistic development from the classical era.“

Culklin, Nigel; Randle, Keith: Digital cinema: opportunities and challenges. – S. 79–98

„While the process of distributing and exhibiting a film has changed little over the past century, Digital Cinema, the process of using digitally stored data instead of strips of acetate, has arrived. With technology continuing to develop it is expected that d-cinema will overtake the quality of conventional cinema [...] with-in the next two years. This paper considers how the film industry might effect the transition from film to digital product.“

Herold, Anna: The future of digital cinema in Europe: a legal challenge for the EU?. – S. 99–120

„Digital cinema offers a high-quality image in feature film production. Moreover, it is expected to make film distribution and exhibition more efficient. Policy-

makers are becoming increasingly aware of the potential of digital cinema. Among them, the European Union (EU) has an important role to play: digital cinema may be seen as providing a solution to some of the structural difficulties surrounding European cinema. Indeed, efforts have been made at the EU level to take advantage of digital technology in the cinema sector. However, there remains same uncertainty as to copyright, securing delivery, standards development and in competition matters. To unlock the potential of digital cinema, these issues must be tackled.“

### **European Journal of Communication Jg 19 (2004) Nr 1**

Diese Ausgabe des EJC bietet eine Reihe von Beiträgen, die auf Vorträgen eines vom EJC im April 2003 in Florenz veranstalteten Symposiums basieren. Das Symposium widmete sich der Diskussion zur Entwicklung des Faches.

Dahlgren, Peter: Theory, boundaries and political communication: the uses of disparity. – S. 7–18

While the themes of fragmentation and insufficient coherence dominated discussions in the field of media and communication studies a decade ago, today they seem less urgent, even if at times still problematic. In terms of theory, the field is well served by its permeable boundaries, since much of its theory is „imported“. Moreover, theory needs non-doctrinaire critical stances to address the distress of the world. Systems of political communication are in rapid transformation, and we need good theoretic tools to confront the changes. This subfield is still very much coloured by traditional political science; however, we also see important contributions for the public sphere and culturalist approaches. All three have strengths and weaknesses, all have their differences that must be respected. Yet there are some signs of complementarity, and if we avoid orthodox positions, we may well find more synergic interplay between them.

Murdock, Graham: Past the posts: rethinking change, retrieving critique. – S. 19–38

This article takes issue with three central ideas in contemporary writing on communications and change – postmodernity, the „digital revolution“ and cultural globalization – arguing that they overvalue the „new“ and take insufficient account of historical continuities, structural inequalities and the scale and scope of economic restructuring. It suggests that analysis needs to start from the globalization of capitalist imperatives and its shifting relations to state logics and go on to explore the variable and contradictory ways this process is reconstructing communications systems as industries, cultural formations and everyday resources.

Zoonen, Liesbet van: Imagining the Fan Democracy. – S. 39–52

In this article, the author takes issue with the common understanding of television as a medium detrimental to the maintenance and encouragement of political citizenship. Starting from the immense popularity of participatory television genres such as Big Brother and Pop Idol, she examines in the article whether there is any relevance in these zeniths of audience activity for understanding and advancing political activity and in-

volvement. The author argues that there is a three-dimensional similarity between the fan communities around entertainment „genres“ (whether they are stars, programmes or styles) and the political constituencies around candidates, parties or ideologies. The analogy between the two is structural to begin with: both come into being as a result of performance. Second, fan communities and political constituencies resemble each other in terms of activity: both are concerned with knowledge, discussion, participation, imagination of alternatives, and implementation. Finally, both rest on similar emotional investments that are intrinsically linked to rationality, and lead – in concert – to „affective intelligence“. The representation of politics on television, while generally thought to be dimly and destructively entertaining, can be seen as provoking the „affective intelligence“ that is vital to keep political involvement and activity going.

Jakubowicz, Karol: Ideas in our heads: introduction of PSB as Part of media system change in Central and Eastern Europe. – S. 53–74

The successful introduction of public service broadcasting (PSB) is so extraordinarily difficult to achieve that it could be regarded as a true test of post-Communist transformation in general – specifically in terms of the consolidation of democracy. Of the three media policy orientations developed in post-Communist Europe, „idealistic“, „mimetic“ and „atavistic“, one – the „idealistic“ – was immediately rejected throughout. Instead, the media policies pursued have combined elements of the two other orientations, with more of a mimetic orientation in „competitive democracies“ and successively more elements of the „atavistic orientation“ (harking back to the Communist days) in „concentrated“, „war-torn“ and „non-competitive“ regimes. The route taken depends upon a number of macrostructural factors, including political, economic and sociocultural ones. Political and sociocultural elements are of particular importance as far as prospects for the emergence of PSB in post-Communist countries are concerned. The introduction of PSB has either so far failed, or has produced very uncertain results, as PSB organizations lack social embeddedness and the right democratic context in which to operate. The belief that one can transplant institutions as part of a process of „imitative transformation“, especially in such a sensitive area as the mass media, has proved overoptimistic. It has always been accepted that a long time is needed for PSB organizations to come into their own. If, however, current trends in Western Europe, where PSB is actively being reassessed, lead to undermining this media institution, it will not be given time to mature and become entrenched in post-Communist countries.

Livingstone, Son ia: The challenge of changing audiences: or, what is the audience researcher to do in the age of the Internet?. – S. 75–86

Mediated communication is no longer simply or even mainly mass communication („from one to many“) but rather the media now facilitate communication among peers (both „one to one“ and „many to many“). Does this mean that the concept of the audience is obsolete? Or does the growing talk of „users“, instead of audiences, fall into the hyperbolic discourse of „the new“, neglecting historical continuities and reinventing the wheel of media and communications

research? Undoubtedly, the challenge of a moving target, and hence a changing subject matter, faces us all. This article explores the ways in which, although the argument for the active television audience may have been taken as far as possible, new interactive technologies put ordinary people's interpretative activities at the very centre of media design and use. Hence, it considers how far existing theories and methods for researching audiences can be extended to new media and how far some significant rethinking is required.

**Schulz, Winfried:** Reconstructing mediatization as an analytical concept. – S. 87–102

Mediatization relates to changes associated with communication media and their development. A basic assumption of mediatization is that the technological, semiotic and economic characteristics of mass media result in problematic dependencies, constraints and exaggerations. These are closely associated with three basic functions of the media in communication processes: (1) the relay function, grounded in the media's technological capacities, serving to bridge spatial and temporal distances; (2) the semiotic function, making messages suitable for human information processing through encoding and formatting; and (3) the economic function, highlighting the standardization of media products as an outcome of mass production processes. The article looks at the analytical functions of mediatization and, finally, discusses three possible answers to the question whether the advent of new media might bring an end to mediatization.

### Jg 19 (2004) Nr 2

**Ward, Stephen; Lusoli, Wainer:** Dinosaurs in cyberspace?: British trade unions and the Internet. – S. 147–180

**Cuilenburg, Jan van; McQuail, Denis:** Media policy paradigm shifts: towards a new communications policy paradigm. – S. 181–208

**Young, David:** Discourses on communication technologies in Canadian and European broadcasting policy debates. – S. 209–240

**Özcan, Yusuf Ziya; Kocak, Abdullah:** A need or a status symbol?: use of cellular telephones in Turkey. – S. 241–254

**Triandafyllidou, Anna:** The launch of the Euro in the Italian media: representations of political and economic integration. – S. 255–264

### Federal Communications Law Journal

#### Jg 56 (2003) Nr 1

**Buck, Stuart:** Telric vs. Universal service: a takings violation?. – S. 1–54

Der Beitrag befasst sich mit einem – aus der Sicht des Autors – Dilemma, dem sich lokale Telefongesellschaften nach dem US Telecommunications Act von 1996 ausgesetzt sehen. Auf der einen Seite sind sie gezwungen, Konkurrenten Dienstleistungen zu Großhandelskonditionen zur Verfügung zu stellen,

auf der anderen treffen sie weitreichende Universal Service Verpflichtungen. Es werden Hintergründe und Lösungsmöglichkeiten dargestellt.

**Cotlar, Andrew D.:** Say cheese: the constitutionality of State-Mandated free air-time on public broadcasting stations in Wisconsin. – S. 55–86

Ein neues Gesetz verpflichtet public broadcaster in Wisconsin, kostenlos politische Wahlwerbung für Kandidaten zu senden. Der Beitrag kritisiert diese Gesetzgebung. Sie widerspreche nicht nur vorrangigem Bundesrecht, sondern sei auch mit dem First and Fourteenth Amendment der Amerikanischen Verfassung unvereinbar. Der Autor warnt vor einer Übernahme dieses Ansatzes in anderen Bundesstaaten.

**Goldman, Calvin S.; Gotts, Ilene Knable; Piaskoski, Michael E.:** The role of efficiencies in telecommunications merger review. – S. 87–154

Die Autoren vergleichen die Beurteilung von Unternehmenskäufen und -zusammenschlüssen im Bereich Telekommunikation durch die zuständigen Regulierungsbehörden in den USA, Kanada und der EU. Dabei geht es ihnen vor allem um die Berücksichtigung von möglichen Effizienzgewinnen durch die Zusammenschlüsse. Der Untersuchung zufolge finden sich besonders in der Kanadischen Entscheidungspraxis differenzierte Erwägungen zu diesem Punkt.

**Hazlett, Thomas W.:** Is federal preemption efficient in cellular phone regulation?. – S. 155–238

Der Beitrag geht der Frage nach, inwiefern es im Bereich des Mobilfunks in den USA ein Bedürfnis nach bundesstaatlicher Regulierung gibt. Nach Auffassung des Autors kann eine Zersplitterung der Regulierung die durch nationale Anbieter ermöglichten Effizienzvorteile gefährden; er spricht sich daher für eine Bundesregelung aus, um eine „Balkanisierung“ der Industrie zu vermeiden.

### Javnost

#### Jg 11 (2004) Nr 1

**Hacker, Kenneth L.:** The potential of Computer-mediated communication (CMC) for political structuration. – S. 5–26

„An argument is presented here for a political structuration approach for the study of digital democracy. This argument attempts to demonstrate that political structuration can occur as users of CMC construct new forms of political interaction that produce new rules and resources for political communication. While such changes appear to occur mainly at micro levels of interaction, their cumulative effects are argued to be capable of initiating significant changes in social systems. When engaged in political structuration, citizens are more likely to increase their political efficacy as well as their active role in a democratic system. While researchers have not yet found any substantial causal links yet between CMC and political participation, it is theoretically possible to encourage such links by showing how specific political uses of communication technology can facilitate political agency.“

Dahlberg, Lincoln: Net – public sphere research: beyond the „first phase“. – S. 27–44

„In recent years much has been said about the possibility of the Internet facilitating and extending the public sphere of informal rational-critical communication between private affairs and official decision making. However, the abundant speculation has not yet been matched by extensive empirical research. Ongoing theoretical debate about the validity and content of the public sphere conception makes empirical evaluation difficult, as does the Internet's constitution through a vast and dynamic array of human interactions, cultural contexts, and social institutions. Despite these difficulties, a number of pioneering studies have attempted to investigate the Net-public sphere relation. In this paper I offer a critical reflection upon some of these early studies, a reflection that explores three reoccurring methodological problems and their possible solutions, with the aim of providing strategies for developing more meaningful Net-public sphere research. These problems involve: developing a normative conception of the public sphere suitable for critical analysis; improving the transition between theory and empirical evaluation; and adequately explaining and extending findings. My suggested solutions include the specification of public sphere criteria from Habermas' theory of communicative rationality; the identification of a variety of case sensitive indicators that can facilitate the transition between criteria and practice; and the suggestion that explanation and extension of findings be undertaken by way of comparative case study research.“

Skogerboe, Eli; Syvertsen, Trine: Towards an Information society?: the value of media production and consumption. – S. 45–60

„In the past decades, books and articles have been published on the transition from industrial society to a new form of society – the information society. In this article information society theories are discussed with reference to the development of the Norwegian media and communication sector. Four indicators are examined: the value of information and communication production; employment in media and communication industries; consumption of media and communication goods and services, and the degree to which new technologies appear to alleviate traditional differences between classes and social groups. The overall objective of the article has been to shed light on information society theories using various economic indicators. The analysis demonstrates that changes are taking place within production, employment and consumption of media and communication. However, these changes are neither as fast nor as dramatic as some theories on the transition to the information society predict. „

Oostveen, Anne-Marie; Besselaar, Peter van den: Internet voting technologies and civic participation: the users' perspective. – S. 61–78

„In many places e-voting technologies are under development, and an intensive theoretical and normative debate is taking place about the pros and cons. We investigate the opinions of the users of this type of technologies, as this is crucial for the shaping and acceptance of the technology. We did not use a survey, but held 14 intensive discussion sessions in different countries with voters and organisers of ballots, using the

focus groups methodology. We found consensus that e-voting will not influence turnout. The motivation to start with e-voting therefore seems mainly financial, aiming at reducing costs. This suggests that in the future e-voting will replace traditional ways of voting, and therefore the digital divide can be expected to influence the participation in and the outcome of ballots. Finally, although most respondents expect that e-voting may improve (especially local) democracy through a combination of voting technologies with technologies for supporting deliberation and information dissemination, it remains unclear how this should be done. More detailed studies into political participation and the subtle roles of ICT's herein are needed, as this can inform the design of adequate technologies for e-democracy.“

Siapera, Eugenia: Asylum politics, the Internet and the public sphere: the case of UK Refugee support groups online. – S. 79–100

„This paper constitutes an exploration of use of the Internet for political purposes. The theoretical background is that of a critical approach to the theory of the public sphere and deliberative democracy. The substantive focus is on the political debate on immigration and asylum in the United Kingdom, and the empirical analysis is concerned with 45 activist organisations supporting immigrants and asylum seekers. The paper asks the following questions: Who do these websites primarily address? What type of information do they provide and to whom? Through focusing on the issues of addressees and communicative formats, this paper draws tentative conclusions regarding some of the political uses of the Internet. The findings indicate a variety of online communicative formats, including expressive, strategic and instrumental communications, with notable absence of any deliberation or dialogue. None of these conforms to the requirements for the functioning of the public sphere, but this paper argues that to discount them renders the theory oblivious to the political gains of the instrumental use of the Internet by activist groups. This, alongside the publicness of the Internet, suggests possible revisions to our understanding of the Internet's role in politics.“

Shoemaker, Brian; Hearn, Kay: Exploring the roles of elites in managing the Chinese Internet. – S. 101–114

„This paper examines the issue of control of the Internet in China. We argue that the issue of control is more complex than most accounts concede. Control of a medium in China has to take into account competing interests among the political elite based in Beijing, competition between the major cities and Beijing for control of local resources and the resourcefulness of actual Internet users in China. The situation in China is compounded by the degree of scrutiny the Chinese Internet is subjected to by foreign analysts. To understand how the Internet operates in China we argue that it is imperative to look at the role of the political elites in formulating an enacting policy. Once this approach is adopted the Chinese Internet is placed in a broader context where Chinese regulations become subject to intense pressure from elites at the central and regional levels of government. From this perspective it becomes more appropriate to talk in terms of management rather than monolithic control.“

**Journal of Communication**

Jg 54 (2004) Nr 1

Bissell, Kimberly L.; Zhou, Peiqin: Must-see TV or ESPN: entertainment and sports media exposure and body-image distortion in college women. – S. 5–21

Bracken, Cheryl Campanella; Lombard, Matthew: Social presence and children: praise, intrinsic motivation, and learning with computers. – S. 22–37

Connaughton, Stacey I.; Jarvis, Sharon E.: Invitations for partisan identification: attempts to Court Latino voters through televised Latino-oriented political advertisements, 1984–2000. – S. 38–54

Gunther, Albert C.; Schmit, Kathleen: Mapping boundaries of the hostile media effect. – S. 55–70

Kiousis, Spiro: Explicating media salience: a face for analysis of „New York Times“ issue coverage during the 2000 U.S. presidential election. – S. 71–87

Media salience – the key independent variable in agenda-setting research – has traditionally been explicated as a singular construct. Nevertheless, scholars have defined and measured it using a number of different conceptualizations and empirical indicators. To address this limitation in research, this study introduced a conceptual model of media salience, suggesting it is a multidimensional construct consisting of 3 core elements: attention, prominence, and valence. Furthermore, the model was tested through an exploratory factor analysis of The New York Times news coverage of 8 major political issues during the 2000 presidential election as a case study. The data revealed that 2 dimensions of media salience emerge: visibility and valence. Based on the factor analysis, 2 indices are created to measure the construct, which are intended for use in future investigations.

Oliver, Mary Beth et al: The face of crime: viewers' memory of race-related facial features of individuals pictured in the news. – S. 88–104

Parrott, Roxanne et al: Deriving Lay Models of Uncertainty about gene's role in illness causation to guide communication about human genetics. – S. 105–122

Shen, Fuyuan: Chronic accessibility and individual cognitions: examining the effects of message frames in political advertisements. – S. 123–137

Tewksbury, David; Moy, Patricia; Weis, Deborah S.: Preparations for Y2K: revisiting the behavioral component of the third-person-effect. – S. 138–155

Zhang, Yan Bing; Harwood, Jake: Modernization and tradition in an age of globalization: cultural values in Chinese television commercials. – S. 156–172

**Journal of Communication Inquiry**

Jg 28 (2004) Nr 2

Brickell, Chris: Travelling orthodoxies?: sexuality and political correctness in New Zealand. – S. 104–121

Zehnder, Sean M.; Calvert, Sandra L.: Between the hero and the shadow: developmental differences in adolescents' perceptions and understanding of mythic themes in Film. – S. 122–137

Labre, Magdala Peixoto; Duke, Lisa: „Nothing like a brisk walk and a spot of demon slaughter to make a girl's night“: the construction of the female hero in the Buffy Video Game. – S. 138–156

Cecil, Matthew: „Monotonous tale“: legitimacy, public relations, and the shooting of a public enemy. – S. 157–170

**Journal of Health Communication**

Jg 9 (2004) Nr 1

Fleming, Kenneth; Thorson, Esther; Atkin, Charles K.: Alcohol advertising exposure and perceptions: links with alcohol expectations and intentions to drink or drinking in underaged youth and young adults. – S. 3–30

This study tests whether the impact of alcohol advertising exposure on intentions to drink and actual consumption is mediated by cognitive responses to advertising messages and positive expectancies about alcohol use. The model was tested in using survey data of two important age cohorts, 15 to 20 years ( $n=608$ ) and 21 to 29 years ( $n=612$ ). The findings show that alcohol advertising was influential in shaping young people's attitudes and perceptions about alcohol advertising messages. The attitudes and perceptions predicted both positive expectancies and intentions to drink of those under the legal drinking age, but did not affect the young adults' expectancies and consumption. Positive expectancies were powerful predictors of intentions to drink and consumption for both groups. The effect of alcohol advertising on intentions to drink of those aged 15 to 20 years were mediated by cognitive responses to advertising messages and positive expectancies. The mediation effect was not evident among those between 21 and 29 years. (abstract)

Wray, Ricardo J. et al: Preventing domestic violence in the African American Community: assessing the impact of a dramatic radio serial. – S. 31–52

Der Beitrag präsentiert Ergebnisse einer Evaluationsstudie zu einer innovativen Kampagne zur Gewaltprävention im häuslichen Kontext. Die Kampagne basiert auf zwölf 90-sekündigen seriellen Episoden, die über zwölf Wochen im Radio ausgestrahlt werden sollten. Hierin bestand bereits das Hauptproblem, denn nur einer von vier Sendern sendete die kurzen Spots in der von den Initiatoren Frequenz. Aufgrund der geringen Reichweite erbrachte die Studie keine

zuverlässigen Ergebnisse über das Wirkungspotenzial der Kampagne: „Without substantial exposure to the entire series, the hypothesis that engagement with radio serial would result in changes in domestic violence-related outcomes could not be tested with any confidence. As a result, we still do not know whether radio drama will help to reduce domestic violence among African Americans. [...] Perhaps we need better work on understanding how exposure can be achieved, and how to maximize effects from limited exposure, to complement our work on developing messages and their theory.“ (S. 50).

Weinstein, Neil D. et al: Colon Cancer: risk perceptions and risk communication. – S. 53–67

Hobbs, John et al: Communicating Health Information to an alarmed public facing a threat such as a bioterrorist attack. – S. 67–76

Khandekar, Rajiv et al: Knowledge and practice related to Trachoma among children in Vietnam: a cross-sectional study. – S. 77–84

### Jg 9 (2004) Nr 2

Kirksey, Otis et al: Assessment of selected patient educational materials of various chain pharmacies. – S. 91–94

McAllister, Alfred et al: Media and community campaign effects on adult tobacco use in Texas. – S. 95–110

Davidson, Anna E.; Wallack, Lawrence: A content analysis of sexually transmitted diseases in the print news media. – S. 111–118

Wolff, Marie et al: Leadership in a public housing community. – S. 119–126

Emmons, Karen M. et al: Tailored computer-based cancer risk communication: correcting colorectal cancer risk perception. – S. 127–142

Marks, Jonnie P. et al: A culturally competent approach to cancer news and education in an inner city community: focus group findings. – S. 143–158

### Journal of Health Communication, Supplement

#### Jg 9 (2004) Nr 1

Special issue: Forty years of Diffusion of innovations: utility and value in Public Health

Haider, Muhiuddin; Kreps, Gary L.: Forty years of diffusion of innovations: utility and value in public health. – S. 3–12

Rogers, Everett M.: A prospective and retrospective look at the diffusion model. – S. 13–20

Dearing, James W.: Improving the State of Health Programming by using diffusion theory. – S. 21–36

Kincaid, D. Lawrence: From innovation to social norm: bounded normative influence. – S. 37–58

Meyer, Gary: Diffusion methodology: time to innovate?. – S. 59–70

Snyder, Leslie B. et al: A meta-analysis of the effect of mediated health communication campaigns on behavior change in the United States. – S. 71–96

Stephens, Keri K.; Rimal, Rajiv N.; Flora, June A.: Expanding the reach of health campaigns: community organizations as meta-channels for the dissemination of health information. – S. 97–112

Bertrand, Jane T.: Diffusion of Innovations and HIV/AIDS. – S. 113–122

Murphy, Elaine: Diffusion of Innovations: family planning in Developing Countries. – S. 123–130

Barker, Kriss: Diffusion of innovations: a world tour. – S. 131–138

Smith, William: Ev Rogers: helping to build a modern synthesis of social change. – S. 139–142

Hornik, Robert: Some reflections on diffusion theory and the role of Everett Rogers. – S. 143–148

Moseley, Stephen F.: Everett Rogers' Diffusion of innovations theory: its utility and value in public health. – S. 149–151

### Journal of Media Economics

#### Jg 17 (2004) Nr 1

Einstein, Mara: The financial interest and syndication rules and changes in program diversity. – S. 1–18

Dimmick, John; Chen, Yan; Li, Zhan: Competition between the Internet and traditional news media: the gratification-opportunities niche dimension. – S. 19–34

Jung, Jaemin: Acquisitions or joint ventures: foreign market entry strategy of U.S. advertising agencies. – S. 35–50

Loomis, Kenneth D.; Albarran, Alan B.: Managing radio market clusters: orientations of general managers. – S. 51–70

**Journalism & Mass Communication Quarterly**  
**Jg 80 (2003) Nr 3**

Lasorsa, Dominic L.: Question-order effects in surveys: the case of political interest, news attention, and knowledge. – S. 499–512

Reichert, Tom; Mueller, James E.; Nitz, Michael: Disengaged and uninformed: 2000 Presidential Election Coverage in consumer magazines popular with young adults. – S. 513–527

Ku, Gyotae; Kaid, Lynda Lee; Pfau, Michael: The impact of web site campaigning on traditional news media and public information processing. – S. 528–547

Winfield, Betty Houchin; Friedman, Barbara: Gender politics: news coverage of the Candidates' Wives in Campaign 2000. – S. 548–566

Yiotas, Julie; Segvic, Ivana: Revisiting the Clinton/Lewinsky scandal: the convergence of agenda setting and framing. – S. 567–582

Shin, Jae-Hwa; Cameron, Glent T.: The potential of online media: a coorientational analysis of conflict between PR professionals and journalists in South Korea. – S. 583–602

Porter, Lance V.; Sallot, Lynne M.: The Internet and public relations: investigating practitioners' roles and world wide web use. – S. 603–622

Cho, Chang-Hoan: The effectiveness of banner advertisements: involvement and click-through. – S. 623–645

Hawkins, Eliza Tanner; Hawkins, Kirk A.: Bridging Latin America's digital divide: Government policies and Internet access. – S. 646–665

Hindman, Elizabeth Blanks: The princess and the Paparazzi: blame, responsibility, and the media's role in death of Diana. – S. 666–688

Reynolds, Amy; Barnett, Brooke: This just in ...: how National TV news handled the breaking „Live“ coverage of September 11. – S. 689–704

**Jg 80 (2003) Nr 4**

Berkowitz, Dan; Limor, Yehiel: Professional confidence and situational ethics: assessing the social-professional dialectic in journalistic ethics decisions. – S. 783–801

Craig, David A.: The promise and peril of anecdotes in news coverage: an ethical analysis. S. 802–817

Fengler, Susanne: Holding the news media accountable: a study of media reporters and media critics in the United States. – S. 818–832

Plaisance, Patrick Lee; Skewes, Elizabeth A.: Personal and professional dimensions of news work: exploring the link between Journalists' values and roles. – S. 833–848

Mizuno, Takeya: Government suppression of the Japanese language in World War II assembly camps. – S. 849–865

Winfield, Betty Houchin: The press response to the corps of discovery: the making of heroes in an egalitarian age. – S. 866–883

Blakely, Debra E.: Social construction of three influenza pandemics in the „New York Times“. – S. 884–902

Kiernan, Vincent: Embargoes and science news. – S. 903–920

Maier, Scott R.: Numeracy in the newsroom: a case study of mathematical competence and confidence. – S. 921–936

Albaek, Erik; Christiansen, Peter Munk; Tøgeby, Lise: Experts in the mass media: researchers as sources in Danish daily newspapers, 1961–2001. – S. 937–948

Lacy, Stephen; Blanchard, Alan: The impact of public ownership, profits, and competition on number of newsroom employees and starting salaries at mid-sized daily newspapers. – S. 949–968

**Kommunikation & Recht**

**Jg 7 (2004) Nr 2**

Selmayr, Martin; Kamman, Hans-Georg: Public broadcasting and EC State aid law: no „carte blanche“ after Altmark Trans. – S. 49–57

„There is much debate on whether the German and other Member States systems of funding of public broadcasting are compatible with the EC state aid rules provided by Article 87 EC. After the Commission has started new investigations in many of these systems since 1999, the three landmark judgements of the ECJ in PreussenElektra, Ferring and Altmark Trans have driven the discussion into a new direction. It has been argued that according to the principles established in these judgements, the funding of public broadcasting as it exists in Germany and other Member States would fall outside the scope of Article 87(1) EC.“ The article demonstrates „that the ECJ has given the public broadcasters no „carte blanche“. On the contrary systems of public broadcasting funding

which do not clearly fulfil the requirements of transparency and legal clarity continue to fall under the state aid scrutiny of the European Commission.“

Schmittmann, Jens M.: Überblick über die rechtliche Zulässigkeit von SMS-Werbung. – S. 58–62

Werbung per SMS direkt auf das Handydisplay erfreut sich immer größerer Beliebtheit auf Seiten der Werbeindustrie. Der Beitrag beschäftigt sich mit den rechtlichen Möglichkeiten, der SMS-Werbeflut Herr zu werden. Dargestellt werden einschlägige europarechtliche und nationale Bestimmungen, auch unter Berücksichtigung der erwarteten Neuregelung des UWG. Anhand einzelner SMS-Werbeformen wird aufgezeigt, dass einzig ein wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsanspruch einschlägig und die ungefragte Zusendung von Werbe-SMS letztlich als rechtlich unzulässig einzustufen sei.

Tiedemann, Jens: Die „stille SMS“: Überwachungen im Mobilfunk. – S. 63–66

Mittels einer sog. „stillen SMS“ besteht für Strafverfolgungsbehörden die Möglichkeit – ähnlich wie beim sog. IMSI-Catcher – den Standort eines Mobilfunknutzers zu ermitteln. Neben der technischen Erläuterung dieses Verfahrens wird die rechtliche Zulässigkeit dieses Verfahrens anhand einschlägiger Rechtsgrundlagen der StPO erörtert. Allerdings seien weder §§ 100a, 100 b StPO (Telekommunikationsüberwachung) noch die neuen §§ 100 g, 100 h StPO (Telekommunikationsauskunft) letztlich einschlägig. Für die Nutzung von „stillen SMS“ gebe es bislang also keine Ermächtigungsgrundlage.

Bosch, Tobias; Sommer, Julia: Akteneinsichtsrechte vor Gerichten zum Zweiten: das BVerG setzt Maßstäbe für das Verfahren nach § 99 VwGO. – S. 67–75

### Jg 7 (2004) Nr 3

Kühling, Jürgen: Freiheitsverluste im Austausch gegen Sicherheitshoffnungen im künftigen Telekommunikationsgesetz?. – S. 105–111

Groß, Stefan; Kampffmeyer, Ulrich; Matheis, Philipp: Endlich mehr Klarheit bei der Umsetzung des Datenzugriffs. – S. 112–115

Lubitz, Markus: Entwicklung des E-Commerce im Jahre 2003. – S. 116–120

„Der [...] Beitrag gibt einen Überblick über die Entwicklung des E-Commerce im Veröffentlichungszeitraum 2003. Dargestellt werden [...] Entscheidungen bzw. Entwicklungen [...] insbesondere zu den Themenkomplexen Anbieterkenzeichnung, Vertragschluss, Verbraucherschutz, Datenschutz und Werbung. Daneben werden auch die Sondergebiete Internetauktionen und Vertrieb von Arzneimitteln behandelt.“

Heim, Sebastian: Online-Dienste öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten vor dem Hintergrund des 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrages. – S. 121–125

Anlässlich des in Kürze in Kraft tretenden 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zeigt der Beitrag das Spannungsfeld auf, das für Online-Auftritte öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten besteht. Im Rahmen verfassungsrechtlicher Überlegungen spricht sich der Autor für eine funktionsspezifische Auslegung des Rundfunkbegriffs des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG aus. Die Frage einfache gesetzlicher Zulässigkeit von Online-Diensten wird anhand der bisherigen und der künftig enger gefassten Regelung zu den Online-Angeboten öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten erörtert. Dabei einbezogen werden auch Überlegungen bzgl. der neuen gesetzlichen Vorschrift zur Kontrolleierung des Programmauftrags.

Arhold, Christoph; Wimmer, Norbert: Arzneimittelhandel über das Internet. – S. 126–134

Strömer, Tobias H.: Gebeutelte Provider. – S. 135–136

Koch, Arnd: „Lauschangriff“ via Handy?. – S. 137–138

### Jg 7 (2004) Nr 4

Ladeur, Karl-Heinz: Das Europäische Telekommunikationsrecht im Jahre 2003. – S. 153–161

Der Beitrag verschafft einen Überblick über die Entwicklung des Europäischen Telekommunikationsrechts im vergangenen Jahr. Behandelt werden wichtige europäische Rechtsetzungsakte und Empfehlungen der Kommission, u. a. zum Konsultationsverfahren, zum WLAN-Zugang und das Mindestangebot von Mietleitungen. Zudem werden die für das Telekommunikationsrecht entscheidende Rechtsprechung der europäischen Gerichte sowie Entscheidungen der EG-Kommission zusammengefasst.

Gerpott, Torsten J.; Winzer, Peter: Umsetzung des Gebots der Entgeltregulierungskonsistenz bei Großhandelspreisen für ein Reselling von Telefonanschlüssen. – S. 162–170

Jahndorf, Christian: UMTS und Umsatzsteuer. – S. 171–174

Frank, Thomas: „All you need is L@W“: die Homepage des Rechtsanwalts. – S. 175–181

### Mass Communication & Society

#### Jg 7 (2004) Nr 1

Bucy, Erik P.; D'Angelo, Paul: Democratic realism, neoconservatism, and the normative underpinnings of political communication research. – S. 3–28

Hindman, Douglas Blanks: Media system dependency and public support for the press and president. – S. 29–42

Boyle, Michael P. et al: The influence of level of deviance and protest type on coverage of social

protest in Wisconsin from 1960 to 1999. – S. 43–60

Stout, Daniel A.: Secularization and the Religious audience: a study of Mormons and Las Vegas media. – S. 61–76

Lancaster, Alyse R.: What does curiosity really do to the cat?: a look at How message exposure can lead to illicit drug trial among college students. – S. 77–96

Lee, Seow Ting: Lying to tell the truth: journalists and the social context of deception. – S. 97–120

### Media Asia

Jg 30 (2003) Nr 4

Jinqiu, Zhao: The SARS epidemic under China's media policy. – S. 191–196

„The SARS epidemic, the 9/11 of the Chinese communities, serves as a valuable lesson for China's government to learn. This paper takes an in-depth look into the possible reasons behind the media silence over the SARS epidemic for as long as four months after the first reported case. The economic concern and local protectionism of the government took precedence over the well-being of the public, which determined the suppression of information and under-reporting afterwards, contributing to the exacerbation of the crisis. The state media, as an extension of the government under parting journalism, played an irresponsible and tame role in times of crisis.“

Lee, Alice Y. L.: Online news media as interactive community bulletin boards. – S. 197–205

This study examines the social roles of online news media in their coverage of „the SARS epidemic in Hong Kong, mainland China and Taiwan. It conceptualizes online news media as „interactive community bulletin boards“ and evaluates their performance in informing and educating the public as well as building community linkage under crisis situations. Due to media censorship, online news media in mainland China were under great constraints in reporting the epidemic in its initial stages. Nevertheless, after mid-April, online news sites in mainland China, along with their counterparts in Hong Kong and Taiwan, had fulfilled their roles as interactive community bulleting boards by widely delivering warnings and advice about the epidemic. Among the three regions, only the online news media in Hong Kong were able to play an active role in community building and social cohesion. However, the role of the interactive community bulletin board has led the alone news coverage skewing to brief, fragmented and non-analytical reporting.“

Aquilia, Pieter: The SARS Channel in Singapore. – S. 206–219

„This paper traces the rapid development of SARS television in Singapore by its three largest competing media conglomerates at the height of the SARS epidemic in May 2004. Of the five countries affected by the virus, Singapore was a response to „save international face“ following the condemnation of China for

failing to openly declare the outbreak to the World Health Organisation (Briggs, 2003). Other advocates insist the channel proved there are viable options for emergency response in times of crises in a commercial broadcasting industry. Since the introduction of television, Singapore has not actively pursued community service television of this sort, even though the role of its public service broadcaster (MediaCorp, formerly the Singapore Broadcast Commission) questions about Singapore's broadcasting environment. Foremost is the role and responsibilities of a once public service broadcaster, now commercialized, in a new Singapore television market whereby ratings and advertising expenditure are top priorities, ever more so since deregulation in 2000. This paper questions whether the SARS Channel was a deliberate attempt to rescue the television industry from a commercial broadcasting crisis in the face of the imminent economic downturn due to the health crisis.“

Lu, Hung-yi: Information seeking and media credibility. – S. 220–227

„Under uncertain environments, information seekers are assumed to consciously select a source to meet their information needs (Case, 2002; Johnson, 1997). The outbreak of SARS in 2003 offered an opportunity for researchers to examine people's information-seeking behaviours and perceived source credibility. Conducted in Tainan City, Taiwan, this study reached 849 college students (836 completed the survey) and found: (a) respondents rated mass media as their primary and the most credible source for receiving SARS-related information compared to interpersonal channels; (b) physicians were perceived to be the most credible source among interpersonal channels and television was related to be most credible source among mass media; and (c) there was no significant difference between males' and females' perceived credibility about different mass media, as well as between respondents' year in college and perceived credibility about different mass media.“

Haneef, M. Shuaib Mohamed; Loon, Prema P.: SARS: powder keg or a pinch of Salt. – S. 228–239

„This paper presents a content analysis of the SARS coverage of two English-language Indian dailies. The study demonstrates that the newsworthiness of the outbreak was dependent on the three „t“s of tumult, tension and terror. The authors conclude that in both cases the focus and change in agenda were consciously induced by the newspapers in an effort to generate specific attitudes to SARS.“

Sanchez, Milagros Rivera; Loon, Victor Tan Teck: An Anti-Spam framework for Singapore. – S. 240–246

### Media Culture & Society

Jg 26 (2004) Nr 1

Debrett, Mary: Branding documentary: New Zealand's minimalist solution to cultural subsidy. – S. 5–24

Clausen, Lisbeth: Localizing the global: „domestication“ processes in international news production. – S. 25–44

In order to describe the micro processes of global news production in national news broadcasting, this article investigates the strategies used by national producers to assign meaning to international events by analysing the production and presentation of specific news. Through an analysis of news production at four analytical levels – namely the global, the national, the organizational and the professional – the article exemplifies how processes leading to both globalization (homogenisation) and „domestication“ (diversification) of news content are at work in international news communication. The study is based on investigations of Japanese newsrooms and comparative content analysis.

Wood, Brennon: A world in retreat: the reconfiguration of hybridity in 20th-century New Zealand television. – S. 45–62

Brookes, Rod; Lewis, Justin; Wahl-Jorgensen, Karin: The media representation of public opinion: British television news coverage of the 2001 general election. – S. 63–80

Cottle, Simon: Producing nature(s): on the changing production ecology of natural history TV. – S. 81–102

Stein, Laura: Understanding speech rights: defensive and empowering approaches to the First Amendment. – S. 103–120

Jackson, Steven J.: Exorcizing the ghost: Donovan Bailey, Ben Johnson and the politics of Canadian identity. – S. 121–142

## Jg 26 (2004) Nr 2

Marshall, Lee: The effects of piracy upon the music industry: a case study of bootlegging. – S. 163–182

The central argument of this article is that it is impossible to interpret how the consumption of pirated music affects the music industry without an understanding of the meanings people give to their uses of such recordings. Recording industry statistics on this topic employ an erratic and simplistic methodology which is more concerned with rhetorical impact than with accuracy. There are different types of musical piracy. This article offers an analysis of one area of illegal musical production and consumption – that of bootleg records – as a case study, and argues that, while industry representatives complain of the economic and social harm caused by bootlegging, its effects are more difficult to ascertain and may even have a positive impact upon legitimate sales.

Scott, Allen J.: The other Hollywood: the organizational and geographic bases of television-program production. – S. 183–206

Lee, Francis L. F.: Constructing perfect women: the portrayal of officials in Hong Kong newspapers. – S. 207–226

In recent years, top-level women officials have become increasingly prominent in Hong Kong. Media discourses are largely positive towards them. This study thus analyses how women officials are constructed as „perfect women“ in two Hong Kong newspapers. It shows that the newspapers affirm women officials as having both masculine and feminine characteristics, and as having both a successful career and a harmonious family. Yet the potential ideological implication of this seemingly positive image is explored by putting the image back into the larger context of gender relations in Hong Kong. It is argued that the perfect women image fails to problematize, or even trivializes the work-family tension that many women in society face, and thus potentially contributes to the reproduction of gender inequality. This study also discusses the image-construction process in relation to the officials' public performance in terms of a Bourdiesian conceptual framework.

Chakravarty, Paula: Telecom, national development and the Indian state: a postcolonial critique. – S. 227–250

Barnett, Clive: Yizo Yizo: citizenship, commodification and popular culture in South Africa. – S. 251–272

## Media Perspektiven (2004) Nr 1

Blödorn, Sascha; Gerhards, Maria: Informationsverhalten der Deutschen: Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. – S. 2–14

„Der Beitrag stellt Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zum Informationsverhalten der Deutschen vor, die Ende 2002 im Auftrag des SWR durchgeführt wurde. Danach sind 95 Prozent aller Bundesbürger zumindest etwas an tagesaktuellen Informationen über das Geschehen in Deutschland und der Welt interessiert. Ziel der Untersuchung war es, das Informationsverhalten verschiedener nach Soziodemographie und Lebensstilmilieus unterschiedlicher Gruppen in Bezug auf die genutzten Medien Fernsehen, Radio, Tageszeitung, Teletext und Internet zu beleuchten, und zwar für Durchschnittstage wie für Tage mit besonderer Nachrichtenlage (z.B. Bundestagswahl). In der Studie geben 95 Prozent der Befragten an, sich an normalen Werktagen täglich im Fernsehen zu informieren, 81 Prozent nutzen dafür täglich das Radio und 62 Prozent die Zeitung. 8 Prozent nennen Teletext und 26 Prozent das Internet, das sich vor allem als Medium der Jüngeren erweist. Bei besonderer Nachrichtenlage steigt die Reichweite des Fernsehens noch leicht an, und in seinem Kontext gewinnt auch Teletext deutlich hinzu. Die Reichweite von Radio und Internet nimmt zwar zugunsten des Fernsehens leicht ab, alle drei Medien werden jedoch erheblich häufiger genutzt. Das „langsamere“ Medium Tageszeitung verliert naturgemäß in einer solchen Situation. Bei den Nutzungsmotiven erzielen alle fünf Medien hohe Zustimmung beim Statement „weil ich mich informieren möchte“. Beim „Mitreden können“ erzielt die Tages-

zeitung die höchsten Werte, ebenso bei den Statement „im Alltag zurechtfinden“ und – hier gefolgt vom Internet – „Denkanstöße bekommen“. Bei den Nutzungsmotiven zeigen sich insgesamt deutliche Zielgruppensegmentierungen.“)

Buß, Michael; Darschin, Wolfgang: Auf der Suche nach dem Fernsehpublikum: ein Rückblick auf 40 Jahre kontinuierliche Zuschauerforschung. – S. 15–27

„Am 1. April 1963 – zugleich der Sendestart des Zweiten Deutschen Fernsehens – wurde in der Bundesrepublik mit der kontinuierlichen Messung der Fernsehnutzung begonnen. Während sich das Fernsehen in den 50er Jahren nur langsam verbreitet hatte, setzte es sich in den 60er Jahren als Massenmedium durch. Anfang 1970 hatten bereits 84 Prozent der bundesdeutschen Haushalte Zugang zum Fernsehen. Ende 1974 wurde mit einer Gerätedicthe von 93 Prozent (19 Millionen Haushalte) die Vollversorgung fast erreicht. Nicht nur die Anzahl der Programme, sondern auch das tägliche Programmangebot pro Sender war damals jedoch wesentlich geringer als heute. Das Einschaltverhalten der deutschen Fernsehzuschauer wurde von 1963 bis Ende 1974 von Infratam, einer Tochterfirma von A.C. Nielsen (USA) und Attwood (GB), registriert, von 1975 bis 1984 wurde hiermit Teleskopie, ein Gemeinschaftsunternehmen von infas/Bad Godesberg und Institut für Demoskopie/Allensbach, beauftragt, und seit 1985 führt die Nürnberger Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung (GfK) die Messungen des Einschaltverhaltens durch. Dies geschieht seit 1988 im Auftrag der damals von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern gegründeten Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Die Messverfahren haben sich im Laufe der Jahre ständig weiterentwickelt, sodass heute eine bundesweite, alle Empfangstechniken umfassende, sekundengenaue Messung des Fernsehverhaltens einschließlich Teletext üblich ist. (...) Mit der Einführung eines neuen Programmschemas im Jahr 1978 differenzierten ARD und ZDF ihr Angebot weiter aus. Mitte der 80er Jahre verbreitete sich das neu entstandene Privatfernsehen zunächst nur langsam, bis es sich in den 90er Jahren durchsetzte; der Konkurrenzkampf unter den Sendern wurde härter. Gleichzeitig stieg der Zeitaufwand der erwachsenen Zuschauer für das Fernsehen deutlich an. Trotz aller Änderungen blieben bis heute die Nachrichten eine feste Größe im Fernsehkonsum der Bundesbürger, wobei ARD und ZDF nach wie vor eine dominierende Rolle spielen.“

Müller, Dieter K.: Werbung und Fernsehforschung: Anforderungen, Leistungen und zukünftige Aufgaben. – S. 28–37

„Der Beitrag beleuchtet das Verhältnis von Fernsehforschung und Werbung. Rund 4 Mrd. Euro Nettoeinnahmen erzielen die Fernsehsender seit 1998 jährlich, und dieses Volumen wird auf der Basis von Daten der kontinuierlichen Fernsehforschung geplant und platziert. Nach ihrem Start durch ARD und ZDF im Jahr 1963, basierend auf der Grundidee einer gemeinsamen Währung, diente die kontinuierliche Fernsehforschung zunächst ausschließlich zur Programmierung; Die Nachfrage nach Werbezeit war damals angesichts der begrenzten Werbemöglichkeiten der beiden öffentlich-rechtlichen Sender in der Regel größer als das Angebot. Mit dem Privatfernsehen

setzte ein verschärfter Wettbewerb um Werbekunden ein, und es gelang, die Grundidee der gemeinsamen Währung im dualen System beizubehalten. Der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) gehören heute die vier relevanten „Senderfamilien“ als Gesellschafter sowie weitere Lizenzsender an. Werbungstreibende und Agenturen werden – anders als in vielen europäischen Ländern – über ihre Verbände an allen methodischen und werbemarktrelevanten Fragen beteiligt. (...) Der TV-Werbemarkt ist auf Ergebnisse der Fernsehforschung angewiesen. Umgekehrt sind Anforderungen der Werbung – sei es die Nachfrage nach erweiterten Zielgruppeninformationen, nach Daten zur Unterstützung von Media-Mix-Entscheidungen oder die zunehmende Forderung nach Wirkungsnachweisen – oftmals Impulsgeber für Innovationen in der Forschung.“

Vick, Douglas W.; Doyle, Gillian: Über die „konvergierte Regulierung“ zum deregulierten Medienmarkt?: Communications Act 2003 in Großbritannien. – S. 38–48

„Mehr als vier Jahre dauerte der Vorlauf für die im Sommer 2003 verabschiedete Medienrechtsreform in Großbritannien. Nach anfänglichem Zögern entschied sich die Labour-Regierung unter Premierminister Tony Blair für eine in vielen Bereichen radikale Umorientierung der Medienregulierung. Ende Dezember 2003 nahm Ofcom, der durch die neue Gesetzgebung geschaffene „Superregulierer“, offiziell seine Tätigkeit auf. Ofcom ist die Verkörperung des neuen Ansatzes der integrierten oder „konvergierten“ Regulierung, indem es die Aufgaben von nicht weniger als fünf voneinander unabhängigen, in unterschiedlichen Regelungsbereichen tätigen Aufsichtsinstitutionen unter einem Dach vereint. Ofcom ist zuständig sowohl für die Aufsicht über die Infrastruktur (Telekommunikation, Frequenzen), als auch für die Zulassung von Anbietern und die Überwachung inhaltlicher Standards. Erstmals in der britischen Mediengeschichte hat mit Ofcom außerdem eine externe Institution auch Zuständigkeiten für einzelne Aspekte der Tätigkeit der öffentlich-rechtlichen BBC erhalten, die bis dahin ausschließlich dem internen Kontrollgremium des Board of Governors verantwortlich war. Wesentliche Neuerungen neben der Einrichtung von Ofcom waren die Abschaffung großer Teile der bisher gültigen Anti-Konzentrationsregeln im britischen Radio und Fernsehen sowie die Einführung eines „3-Ebenen-Ansatzes“ für die Inhalteregulierung. Ersteres bedeutet eine weitgehende Öffnung des britischen Medienmarktes für Konsolidierung innerhalb des Radio- und Fernsehsektors, für multimediale Verflechtung und neue Investitionsmöglichkeiten für Unternehmen aus Nicht-EU-Ländern (vor allem den USA). Dem allgemeinen Wettbewerbsrecht soll generell der Vorzug vor medienpezifischen Regeln bei der Sicherung von Pluralismus und Vielfalt gegeben werden. In Bezug auf die Inhalte verfolgt die neue Gesetzgebung eine Strategie des „light touch“, das heißt möglichst geringer Einwirkung auf die Inhalteproduktion und -verbreitung unter Beibehaltung einiger grundlegender Standards und Kontrollinstrumente.“

#### (2004) Nr 2

Röper, Horst: Formationen deutscher Medienmultis 2003: Entwicklungen und Strategien der

größten deutschen Medienunternehmen. – S. 54–80

Baker, C. Edwin; Kübler, Friedrich: Sicherung der Meinungsvielfalt durch mehr Markt?: die rechtspolitische Entwicklung der Medienkonzentrationskontrolle in den Vereinigten Staaten. – S. 81–88

„In Juni 2003 hat die amerikanische Medilenaufsichtsbehörde FCC weitreichende Änderungen der Bestimmungen zur Konzentrationskontrolle im Medienmarkt verabschiedet. Der Beitrag analysiert deren Bedeutung und ordnet sie in einen größeren gesellschaftlichen Kontext ein. Hinter diesen Neuregelungen, die einen massiven Abbau von Konzentrationsbeschränkungen darstellen, steht die zunehmende Abkehr von der auch in den USA lange Zeit geltenden Vorstellung, dass die Massenmedien, insbesondere der Rundfunk, den Interessen der Allgemeinheit und der Demokratie zu dienen haben. Ursprünglich dominierte die Auffassung, dass wegen dieser besonderen Bedeutung der Medien über einfaches Wettbewerbsrecht hinausgehende Beschränkungen notwendig seien, um Medienkonzentration wirksam einzudämmen. Die Neuregelungen, die vor allem die Freiheit der Medienunternehmer auf ungehinderte Expansion betonen, verkürzen die Forderung nach Meinungsvielfalt im Interesse des Staatsbürgers auf die Wahl der Medienkonsumenten unter verschiedenen Medienangeboten. (...) Die Neuregelungen sind allerdings nicht nur innerhalb der FCC selbst umstritten, sie stoßen auch auf gesellschaftlichen und politischen Widerstand, während sie von den Medienkonzernen gefordert und begrüßt wurden. Ob und wieweit sie sich durchsetzen werden, ist derzeit unklar. Für die Weiterentwicklung des deutschen und europäischen Medienrechts jedenfalls können sie nach Ansicht der Autoren, anders als die frühere US-Regulierungspraxis, kein Vorbild mehr bilden.“

Brannasch, Andreas: ARD-„Sportschau“ – Erfolg beim Publikum und Werbungstreibenden: eine Zwischenbilanz nach der Hinrunde der Fußballbundesliga in der Saison 2003/2004. – S. 89–94

Graham, Andrew: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Demokratie: Lektionen aus der aktuellen Krise der BBC. – S. 95–101

„Das traditionsreiche britische Rundfunkunternehmen BBC befindet sich in einer der schwersten Krisen seiner Geschichte. Unmittelbarer Auslöser ist die Affäre um den BBC-Reporter Andrew Gilligan, der die britische Regierung im März 2003 wegen angeblich aufgebauschter Berichte über Massenvernichtungswaffen im Irak angegriffen hatte. In einem im Januar 2004 von dem Richter Lord Hutton verfassten Bericht wurden der BBC in diesem Zusammenhang massive Versäumnisse vorgeworfen. Die britische Regierung wurde im Hutton-Bericht im Wesentlichen entlastet. Daraufhin traten sowohl der Generaldirektor als auch der Vorsitzende des Board of Governors der BBC zurück. Der Hutton-Bericht selbst wurde in der britischen Öffentlichkeit als einseitig kritisiert. — Die Gilligan-Affäre ist im Kontext der seit längerem andauernden Spannungen zwischen der BBC und der britischen Regierung über die Irak-Berichterstattung des

Senders zu sehen. Die aktuelle Krise wird für die BBC dadurch verschärft, dass sie die Vorbereitungen für die Erneuerung der BBC-Charter im Jahr 2006 zu beeinflussen beginnt. In- und außerhalb der Regierung werden Überlegungen angestellt, die die Gebührenfinanzierung, die Aufsichtsstruktur und den Programm-auftrag der BBC in der Zukunft in Frage stellen. (...)"

#### (2004) Nr 3

Rundfunkfinanzierung und Strukturreform: was kann, was muss die Politik tun?; mediapolitische Diskussionsrunde des Instituts für In- und Ausländisches Medienrecht der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität, Frankfurt in Zusammenarbeit mit dem Hessischen Rundfunk. – S. 1–138

„Im vergangenen Jahr hat eine kontroverse mediapolitische Diskussion über eine mögliche Erhöhung der Rundfunkgebühren begonnen und kontinuierlich an Heftigkeit zugenommen. Ein Grund dafür war die Empfehlung der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF), die Rundfunkgebühr am 1. Januar 2005 anzuhaben. In diesem Zusammenhang hatten die Ministerpräsidenten Georg Milbradt, Peer Steinbrück und Edmund Stoiber mit gemeinsamen Vorschlägen eine Debatte um eine Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausgelöst, mit dem Ziel, Einsparpotenziale zu realisieren. — Zugleich jährt sich im Februar 2004 das Gebührenurteil des Bundesverfassungsgerichts von 1994 zum zehnten Mal. Aus diesem Anlass veranstaltete das Institut für In- und Ausländisches Medienrecht an der Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt, in Zusammenarbeit mit dem Hessischen Rundfunk eine mediapolitische und medienrechtliche Diskussion mit dem Titel: „Rundfunkgebühren im Streit“. Die Veranstaltung, die am 5. März 2004 im Casinogebäude des Campus Westend der Universität Frankfurt stattfand, spiegelte zum einen den Stand der mediapolitischen Debatte und beleuchtete zum anderen die aktuelle medienrechtliche Bedeutung des Gebührenurteils. Media Perspektiven dokumentiert in diesem Heft einen Mitschnitt der Veranstaltung in leicht gekürzter Fassung.“

#### Media Perspektiven, Dokumentation

##### (2004) Nr I

Rundfunkrechtliche Staatsverträge in der Fassung des Siebten Rundfunkänderungsstaatsvertrages (in Kraft seit 1. April 2004): Rundfunkstaatsvertrag, ARD-Staatsvertrag, ZDF-Staatsvertrag, Deutschland-Radio-Staatsvertrag, Rundfunkgebührenstaatsvertrag. – S. 1–51

Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (in der Fassung des Sechsten Rundfunkänderungsstaatsvertrags, in Kraft seit 1. Juli 2002. – S. 52–56

Mediendienste-Staatsvertrag (zuletzt geändert durch den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, in Kraft seit 1. April 2003. – S. 57–65

Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, in Kraft seit 1. April 2003. – S. 66–77

### Media psychology

Jg 6 (2004) Nr 1

Stritzke, Werner G. K.; Nguyen, Anh; Durkin, Kevin: Shyness and Computer-Mediated communication: a self-presentational theory perspective. – S. 1–22

Griffin, Robert J.; Neuwirth, Kurt; Dunwoody, Sharon; James Giese: Information sufficiency and risk communication. – S. 23–62

Woo, Hyung-jin; Kim, Yeora; Dominick, Joseph: Hackers: militants or merry pranksters?: a content analysis of defaced web pages. – S. 63–82

Sherry, John L.: Media effects theory and the nature/nurture debate: a historical overview and directions for future research. – S. 83–108

### medien + erziehung

Jg 48 (2004) Nr 1

Kübler, Hans-Dieter: (Virtuelles) Lernen im Museum?. – S. 9–16

„Obwohl sich fast jedes Museum mittlerweile auf einer eigenen Homepage präsentiert, fallen doch die virtuellen, musealen Welten, die Rundgänge durch Säle oder auch museumsdidaktische Konzepte anschaulich vermitteln könnten, noch sehr bescheiden aus. Um sie als künftige Lernräume nutzen zu können, sind noch einige Anstrengungen zu unternehmen. Welche Schwierigkeiten allerdings der Realisation von virtuellen Museen im Wege stehen, wird deutlich am Beispiel des virtuellen Film- und Fernsehmuseums in Hamburg.“ (Abstract)

Ziemer, Maike: Schule auf den Kopf gestellt: SchülerInnen unterrichten LehrerInnen. – S. 17–19

Demmler, Kathrin: Umwelt im Netz schützen?: das virtuelle Umweltbildungszentrum. – S. 20–24

Welche medienpädagogischen Möglichkeiten und Potenziale das Internet zum Thema Umweltschutz bereit hält, zeigt die in dem vorgestellten Beitrag Initiative mit dem Namen VUZ ([www.vuz.de](http://www.vuz.de)). Die Abkürzung steht für VirtuellesUmweltzentrum, ein Kooperationsprojekt des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF), dem Zentrum für Medien und Kommunikation (ZMK) der Universität Leipzig und dem Institut für Energie- und Umweltforschung in Heidelberg (ifeu-Institut). VUZ bietet Kindern und Jugendlichen verschiedene Möglichkeiten, sich mit umweltrelevanten Themen auseinander zu setzen, sowohl online als auch offline.

Tomann, Hans: Lesenlernen am PC. – S. 25–32  
Der Beitrag stellt Überlegungen und Erfahrungen

zum Lesenlernen mittels neuer Medien dar. Aufgezeigt werden Potenziale und Grenzen hypertextueller Lernumgebungen sowie Praxiserfahrungen mit einer eigens für Grundschüler erstellten interaktiven Web-Lernumgebung.

Sonnberger, Julia; Klooster, Thorsten: Notebook University: mobiles Lernen in realer und virtueller Architektur. – S. 33–39

Seit Mai 2002 wird an der BTU Cottbus das Projekt Notebook University durchgeführt. Im Rahmen dieses Projekts befassen sich Studierende des Lehrstuhls „Entwerfen – Verkehrsbauden und Arbeitsstätten der Fakultät für Architektur, Bauingenieurwesen und Stadtplanung“ mit der Frage, auf welche Weise die Universität architektonisch als auch im Hinblick auf die virtuelle Infrastruktur verbessert werden können. Der Beitrag skizziert einige Ideen und Entwürfe.

Lermen, Markus; Pätzold, Hening: Chats als Lernräume in der Hochschulausbildung. – S. 40–45

Im Mittelpunkt des Beitrags stehen die Potenziale der Chat-Kommunikation im Rahmen der Hochschullehre. Den besonderen Mehrwert dieser Kommunikationsform sehen die Autoren vor allem in „Multi-threading“ (mehrere parallel verlaufende Diskussionsränge) und „Multitasking“ (gleichzeitige Beteiligung an mehreren Kommunikationsprozessen). Aus der Sicht der Autoren stellt die Chat-Kommunikation eine Alternative zur realen Gruppenkommunikation dar und bietet zudem die unvergleichbare Möglichkeit, mit Großgruppen zu arbeiten bzw. zu diskutieren. Auf der Grundlage eigener Erfahrungen formulieren sie Ratschläge für die Durchführung von Großgruppen-Chats.

### Jg 48 (2004) Nr 2

Müller, Renate: Zur Bedeutung von Musik für Jugendliche. – S. 9–15

Fritzsche, Bettina: Dahinschmelzen und realistisch bleiben. – S. 16–23

Hartung, Anja: Radio ist Musik. – S. 24–31

Stöver, Carsten: Musik und Aggressivität. – S. 32–36

Gebel, Christa; Wagner, Ulrike: Alles dreht sich um Musik. – S. 37–42

Böhm, Karina: Jugendliche, Musik und Konvergenz. – S. 43–45

„Jugendliche handeln medienkonvergent, um ihre musikbezogenen Bedürfnisse zu befriedigen. Die 13- bis 18-jährigen Jungen und Mädchen nutzen dabei vor allem fünf Medien: Fernsehen, Internet, Tonträger, Radio und Printmedien. Nicht-Fans zeichnen sich durch ein breiteres, aber unspezifischeres Medienhandeln aus. Die Fans sind durch ihre ausgeprägten Musikpräferenzen motiviert, das zur Verfügung stehende Mediensemple umfassender und tieferschürfender zu nutzen als die Nicht-Fans. Vor allem das Internet ist für sie das primäre Informationsmedium.“

Fleischer, Sandra; Holten, Susanne von: Look into the future: Frauenbilder in der Serie „The Tribe“. – S. 46–50

Die Auseinandersetzung mit dem Frauenbild in der Fernsehserie „The Tribe“ (KI.KI, donnerstags 20.05 Uhr) zeigt, dass es offensichtlich doch noch Frauenfiguren gibt, die sich von den gängigen und immer wieder kritisierten Klischees abheben. Die Ergebnisse aus zahlreichen Gruppen- und Einzelgesprächen sowie die Analyse von Fanpost zu der Serie verdeutlichen, dass die Future-Soap auch für Mädchen vielseitige Identifikationsangebote bereit hält, die von den Rezipientinnen mit großem Interesse aufgenommen werden.

Felsmann, Klaus-Dieter: „Über Film und Jugend zu reden ist eben modern geworden. ...“: Erziehung zu mehr Filmkompetenz. – S. 51–54

Gützlaff, Kathrin: Chat in der offenen Jugendarbeit. – S. 55–58

Scheibel, Michael: Netzmedien im Kunstunterricht. – S. 59–63

### **Medien Journal** Jg 27 (2003) Nr 3

Saxer, Ulrich: Interdisziplinäre Optimierung zwischen Medienökonomik und Kommunikationswissenschaft. – S. 7–30

Kiefer, Marie Luise: Medienfunktionen als metrorische Güter. – S. 31–46

Seufert, Wolfgang: Ökonomisches Verhalten kommunikativer Akteure. – S. 47–66

Steininger, Christian: Politische Ökonomie und Medienpolitik. – S. 67–78

### **Jg 27 (2003) Nr 4**

Knoche, Manfred: Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus): zur Widersprüchlichkeit Alternativer Medien und Ökonomie. – S. 4–19

Hirner, Wolfgang: Vom PiratInnenradio zum Freien Radio: der lange Weg zur Lizenz. – S. 20–31

Wagner, Ulrike: Freiräume im Äther: Freie Radios und die Umsetzung von Public Access. – S. 32–43

Grisold, Andrea: Finanzierungsmodelle und -praxis nichtkommerzieller Radios. – S. 44–55

Lindner, Livia: Wirtschaftliche Situation Freier Radios in Österreich 1999/2002. – S. 56–65

Peissl, Helmut: Freie Radios und Mehrsprachigkeit. – S. 66–74

Buchholz, Klaus-Jürgen: Vielfalt gegen Einfalt – Bürgermedien in Deutschland. – S. 75–84

### **Medien & Zeit** Jg 19 (2004) Nr 1

Marten-Finnis, Susanne: Der Kischinewer Pogrom von 1903 und die Öffentlichkeit des Jüdischen Arbeiterbundes (1902–1906). – S. 4–9

Breuer, Georg: Kein Kriegsheld, aber Kämpfer: Lebenserinnerungen eines jüdischen Journalisten. – S. 10–15

Böhme-Kuby, Susanne: Der beharrliche Rollenspieler: Gedanken zu Kurt Tucholsky. – S. 16–22

Pernold, Christiane: Remigration und Wieder eingliederung ab 1933/34 bzw. 1938 emigrierter und nach 1945 nach Österreich zurückgekehrter jüdischer Journalistinnen und Journalisten: ein Werkstattbericht. – S. 23–32

Broessler, Agnes: Käthe Leichter – eine Kommunikatorin, die verstummen musste. – S. 33–37

John, Matthias: Glachau – ein Zentrum der sozialdemokratischen Presse am Vorabend bzw. während des Sozialistengesetzes. – S. 38–45

### **Multimedia und Recht** Jg 7 (2004) Nr 2

Hoenike, Mark; Hülsdunk, Lutz: Leistungskomponenten und Vertragsbeziehungen bei kommerziellen Musik-Download-Plattformen im Internet. – S. 59–66

Poll, Günter: Urheberrechtliche Beurteilung der Lizenzierungspraxis von Klingeltönen. – S. 67–74

Der Markt für Ruftonmelodien für Handys boomt seit einigen Jahren. Vor allem Komponisten und Musikverleger hat dies Einnahmen in Millionenhöhe beschert. Die Gewinne speisen sich aus zwei unterschiedlichen Quellen: Zum einen erhalten die Urheber von den Anbietern der Klingeltöne die hierauf entfallenden GEMA-Ausschüttungen, zum anderen zusätzliche Vergütungen auf Grund unmittelbar mit den Anbietern geschlossener Vereinbarungen. Der Autor ordnet die „Klingeltonrechte“ urheberrechtlich ein und analysiert, inwiefern es sich überhaupt um unterschiedliche Rechte handelt, die separat zu erwerben und vergüten sind.

Heidrich, Joerg; Tschoope, Sven: Rechtsprobleme der E-Mail-Filterung. – S. 75–79

Gegen die stetig wachsende Flut von Werbe-E-Mails und elektronischen Schädlingen helfen sich die meisten Provider und Unternehmen mit Spam- und Virenenfiltern. Die Autoren prüfen in dem Beitrag die straf-

rechtliche Relevanz solcher Filter. Denkbar sei etwa eine Strafbarkeit wegen unbefugten Unterdrückens einer Sendung (§ 206 Abs. 2 Nr. 2 StGB) sowie Datenveränderung (§ 303a StGB). Besonders problematisch wird die Lage für Unternehmen beurteilt, die ihren Mitarbeitern eine private Nutzung von E-Mails erlauben. In jedem Fall sollten sich nach Ansicht der Autoren Provider wie Arbeitgeber durch AGB, die Möglichkeit der individuellen Konfiguration der Filter oder Betriebs- und Individualvereinbarungen absichern.

Thomale, Hans-Christoph: Die Haftungsregelung nach § 11 SigG. – S. 80–85

#### Jg 7 (2004) Nr 3

Brönneke, Tobias: Abwicklungsprobleme beim Widerruf von Fernabsatzgeschäften. – S. 127–132

Roßnagel, Alexander; Fischer-Dieskau, Stefanie: Automatisiert erzeugte elektronische Signaturen. – S. 133–138

„Von großer wirtschaftlicher Relevanz dürften künftig elektronische Signaturen sein, die für Massenanwendungen in automatischen Prozessen erzeugt werden. Solche Signaturen sind jedoch weder im Signaturgesetz (SigG) noch in der Signaturverordnung (SigV) geregelt worden. Vielmehr orientieren sich deren Vorschriften ausschließlich an der ‚eigenhändig‘ erzeugten elektronischen Signatur. Der Beitrag untersucht daher, ob automatisiert erzeugte elektronische Signaturen (I.) als fortgeschrittenes (II.) oder qualifizierte elektronische Signaturen anerkannt werden können (III.) und welche Rechtsfolgen mit ihnen verbunden sind (IV.). Anschließend wird die Frage nach einer Reform einschlägiger Regelungen gestellt (V.).“

König, Christian: Ausgestaltung von Resale im neuen TKG: ohne Staatshaftungsrisiko!. – S. 139–142

„Ein Gespenst geht um in Europa – die gemeinschaftsrechtliche Staatshaftung. Auch bei der Umsetzung des TK-Richtlinienpaketes gedeiht diese Drohkulisse in Deutschland auf dem fruchtbaren Boden preußischer Rechts- und Haushaltstugenden. Der Beitrag legt dar, dass auch für den Fall einer legislativen Konditionierung des Resale, z. B. unter Einsatz der Regelbeispieltechnik, bei Gewährleistung der gebotenen Spielräume der Regulierungsbehörde keine begründeten Risiken einer Staatshaftung der Bundesrepublik Deutschland bestehen.“

Börnsen, Arne; Coppik, Jürgen: Resale als Instrument für eine ausbalancierte Förderung sowohl von Dienstes- als auch von Infrastrukturstwettbewerb. – S. 143–148

„Zielsetzung der TK-Regulierung ist die Etablierung selbständige funktionsfähigen Wettbewerbs auf den TK-Märkten. Bei der Verfolgung dieses Ziels hat der Gesetzgeber einen Balanceakt zu vollziehen. Einerseits soll er die Interessen der Nutzer dadurch fördern, dass er auf eine möglichst große Auswahl qualitativ hochwertiger Endkundendienste hinwirkt. Andererseits dürfen Anreize zur Infrastrukturinvestitionen nicht entfallen und der Betrieb von TK-Netzen nicht

unrentabel werden, da sonst die Basis für die Erbringung moderner TK-Leistungen gefährdet ist. Als ein sektorspezifisches Instrument soll nun das Resale explizit im TKG geregelt werden. Der [...] Artikel untersucht die Resale-Regelungen des TKG-Entwurfs auf ihre Eignung, eine ausgewogene Förderung von Dienst- und Infrastrukturstwettbewerb zu ermöglichen und so zu einer Erreichung der Regulierungsziele beizutragen.“

#### Jg 7 (2004) Nr 4

Pankoke, Stefan L.: Beweis- und Substanzielllast im Haftungsrecht der Internetprovider. – S. 211–217

Marwitz, Petra: Internetapotheke zwischen Gerichten und Gesetzgebern. – S. 218–221

„Internetapotheke haben sich in den vergangenen Jahren auf einem sehr unsicheren rechtlichen Boden bewegt. In Deutschland und in anderen europäischen Ländern war der Vertrieb von Arzneimitteln im Wege des Versandhandels verboten. Die jüngste Gesetzgebung und Rechtsprechung ändern dies. Der [...] Beitrag zeigt auf, welche rechtlichen Anforderungen für Internetapotheke zukünftig gelten.“

Hammerstein, Christian von: Kostentragung für staatliche Überwachungsmaßnahmen nach der TKG-Novelle. – S. 222–226

Böge, Ulf: Reform der Pressefusionskontrolle: Forderungen, Vorschläge, Konsequenzen. – S. 227–230

„Die aktuelle Novellierung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) dient in erster Linie einer Angleichung der deutschen Kartell- und Missbrauchsvorschriften an die europäischen Regelungen. Im Rahmen dieser Novellierung wurde jedoch gleichzeitig eine langjährige Forderung großer Presseverlage in Deutschland aufgegriffen: Die Lockerung der seit 1976 geltenden Regeln für Fusionen von Zeitungen und Zeitschriften. Der Referentenentwurf des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) vom Dezember 2003 enthält zum einen eine Anhebung der Umsatzschwellen, ab der Pressefusionen der Kontrollpflicht durch das Bundeskartellamt unterliegen. Zum Zweiten wird vorgeschlagen, die Entstehung von Marktbereherrschaft auf Pressemärkten zukünftig zuzulassen, solange Vorkehrungen dafür getroffen werden, dass die erworbene Zeitung als eigenständige publizistische Einheit erhalten bleibt. Der [...] Beitrag analysiert die für die Änderung der geltenden Pressefusionskontrolle vorgetragenen Argumente und weist auf die mit den Vorschlägen verbundenen Konsequenzen hin.“

Döring, Martin; Günter, Thomas: Jugendmedienschutz: Alterskontrollierte geschlossene Benutzergruppen im Internet gem. § 4 Abs. 2 Satz 2 JMGStV. – S. 231–236

„Die Autoren beschäftigen sich in ihrem Beitrag mit den Anforderungen, die nach dem JMGStV an die Verbreitung pornografischer, indizierter oder sonstiger offensichtlich schwarz jugendgefährdender Angebote in einer geschlossenen Benutzergruppe für Erwachsene zu stellen sind. Sie erläutern geeignete Schutzkon-

zepten und zeigen auf, dass eine Prüfung der Volljährigkeit mittels Personalausweiskennziffer nicht den gesetzlichen Anforderungen genügt.“

### Multimedia und Recht, Beilage Jg 7 (2004) Nr 2

Erholung des TK-Marktes: Was können wir tun, um die TK-Branche wieder zum entscheidenden Wachstumsmotor in Deutschland zu entwickeln?; Forumsveranstaltung am 7.10.2003 in Bonn. – S. 1–40

### Jg 7 (2004) Nr 4

Schuster, Fabian et al: Entwicklung des Internet- und Multimediarechts im Jahre 2003. – S. 1–40

Der Beitrag vermittelt einen Überblick über die rechtswissenschaftliche Diskussion des Jahres 2003 in den Bereichen Internet und Multimedia. Die Auswertung umfasst Rechtsprechung und Literatur und gliedert sich in die Teile Grundlagen der modernen Kommunikation, Telekommunikationsrecht, E-Commerce, Dialer, Haftungsfragen, Domänenamen, Urheberrecht und Datenschutz. Einzelne Schwerpunkte bilden etwa die TKG-Novelle, der Streit um die Düsseldorfer Sperrungsverfügungen, die Diskussion zur Spam-Problematik und nach wie vor das Domainrecht. Ein eigener Abschnitt wurde dem Sonderproblem der Dialer gewidmet. Am Ende eines Abschnitts findet sich jeweils eine Tabelle mit relevanten Entscheidungen und Aufsätzen

### New media & society

#### Jg 6 (2004) Nr 1

The special issue „What's changed about new media?“ celebrates the fifth anniversary of the journal „new media & society“

Lievrouw, Leha A.: What's changed about new media?: introduction. – S. 9–15

Graham, Stephen: Beyond the „dazzling light“: from dreams of transcendence to the „remediation“ of urban life – a research manifesto. – S. 16–25

Herring, Susan C.: Slouching toward the ordinary: current trends in Computer-mediated communication. – S. 26–36

Feenberg, Andrew; Bakardjieva, Maria: Virtual community – no „killer implication“. – S. 37–43

Rainie, Lee; Bell, Peter: The numbers that count. – S. 44–54

Silver, David: Internet/cyberculture/digital culture/new media/fill-in-the-blank studies. – S. 55–64

Lunenfeld, Peter: Media design: new and improved without the new. – S. 65–70

Amerika, Mark: Anticipating the present: an artist's intuition. – S. 71–76

Kahn, Richard; Kellner, Douglas: New media and Internet activism: from the „Battle of Seattle“ to blogging. – S. 87–95

Mansell, Robin: Political economy, power and new media. – S. 96–105

Calabrese, Andrew: Stealth regulation: moral meltdown and political radicalism at the Federal Communications Commission. – S. 106–113

Schneider, Steven M.; Foot, Kirsten A.: The web as an object of study. – S. 114–122

Wellmann, Barry: The three ages of Internet studies: ten, five and zero years ago. – S. 123–129

Wakeford, Nina S.: Pushing at the boundaries of new media studies. – S. 130–136

Hargittai, Eszter: Internet access and use in context. – S. 137–143

Swiss, Thomas; Hanna, Jane: New media poetry, institutional support, and art museums. – S. 82–86

### Political communication

#### Jg 21 (2004) Nr 1

Herbst, Susan: Illustrator, American icon, and public opinion theorist: Norman Rockwell in democracy. – S. 1–26

Hutcheson, John et al: U.S. National Identity, political elites, and patriotic press following September 11. – S. 27–50

In the aftermath of the terrorist attacks on New York City and Washington, D.C. on September 11, 2001, U.S. government and military leaders often articulated distinctly pro-American themes in their public communications. We argue that this national identity discourse was at the heart of the U.S. government's attempt to unite the American public and to mobilize support for the ensuing „war on terrorism.“ With this perspective, we content analyzed Time and Newsweek newsmagazines for the five weeks following September 11 to identify potential communication strategies employed by government and military leaders to promote a sense of U.S. national identity. Findings suggest (a) that government and military officials consistently emphasized American core values and themes of U.S. strength and power while simultaneously demonizing the „enemy,“ and (b) that journalists closely paralleled these nationalist themes in their language.

Whiteman, David: Out of the theaters and into the streets: a coalition model of the political impact of documentary film and video. – S. 51–70

Miller, Jerry L.; Gordon, Ann: Values and persuasion during the first Bush-Gore Presidential Debate. – S. 71–92

Lang, Kurt; Lang, Gladys Engel: Debate; Noam Chomsky and the manufacture of consent for American foreign policy. – S. 93–118

**Public Opinion Quarterly**  
Jg 67 (2003) Nr 4

Atkeson, Lonna Rae; Rapoport, Ronald B.: The more things change the more they stay the same: examining gender differences in political attitude expression, 1952–2000. – S. 495–521

Rips, Lance J.; Conrad, Frederick G.; Fricker, Scott S.: Straightening the seam effect in panel surveys. – S. 522–554

Burden, Barry C.; Mughan, Anthony: The International economy and presidential approval. – S. 554–578

Porter, Stephen R.; Whitcomb, Michael E.: The impact of contact type on web survey response rates. – S. 579–588

Morrell, Michael E.: Survey and experimental evidence for a reliable and valid measure of international political efficacy. – S. 589–602

**Publizistik**  
Jg 49 (2004) Nr 1

Scherer, Helmut; Schlütz, Daniela: Das neue Medien-Menü: Fernsehen und WWW als funktionale Alternativen?. – S. 6–24

„Mit der Entwicklung und Etablierung neuer Medientechnologien und der damit verbundenen Erweiterung medialer Angebote stellt sich immer wieder die Frage, welche Auswirkungen dies auf traditionelle Medien hat. Auch das Internet hat Debatten über die Zukunft der „alten“ Medien ausgelöst. In diesem Beitrag wird diskutiert, ob sich die Verbreitung des WWW auf die Fernsehnutzung auswirken kann. Dazu werden relevante theoretische Ansätze sowie der empirische Forschungsstand vorgestellt und diskutiert. Die bisherigen Forschungsergebnisse berücksichtigen nicht, dass es einen systematischen Unterschied zwischen den in Fragebogenstudien reproduzierten kognitiven Schemata zur Mediennutzung und dem tatsächlichen medialen Gebrauch gibt. Es wird ein innovatives Forschungskonzept entwickelt, das dieser Kritik Rechnung trägt und zwischen Gratifikationserwartungen und situativ gesuchten Gratifikationserwartungen unterscheidet. Das Fernsehen zeigt sich bei den Gratifikationserwartungen dem WWW deutlich überlegen. Bei allen Gratifikationsdimensionen wirkt es leistungsträger. Im konkreten Gebrauch hat das WWW das Fernsehen aber bei einigen Gratifikationsdimensionen schon überholt und wird häufiger zur Befriedigung bestimmter Bedürfnisse eingesetzt. Die kognitiven Schemata zum Mediengebrauch hinken

also den tatsächlichen Veränderungen im medialen Alltag hinterher.“

Hartmann, Tilo; Schramm, Holger; Klimmt, Christoph: Personenorientierte Medienrezeption: ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen. – S. 25–47

„Das Konzept der parasozialen Interaktionen von Horton und Wohl (1956) erfreut sich großer Beliebtheit in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung, lässt eine theoretische Fundierung sowie Modellierung mit Implikationen für empirische Umsetzungen bisher jedoch vermissen. Der vorliegende Beitrag stellt ein prozessorientiertes Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen (PSI) vor, das einen Beitrag dazu leisten soll, die konzeptuellen Probleme der bisherigen PSI-Forschung zu überwinden und ein besseres Verständnis parasozialer Rezeptionsprozesse zu gewinnen. In Anlehnung an medien- und sozial-psychologische Theorien werden zwei Ebenen von PSI-Prozessen unterschieden: „Low-Level-PSI“ umfassen wenig intensive, oberflächliche Prozesse der Wahrnehmung von und Reaktion auf Medienpersonen, während „High-Level-PSI“ die intensive Auseinandersetzung mit Personen darstellen. Auf diesen Ebenen werden perzeptiv-kognitive, emotionale und konative Teilprozesse vorgestellt, anhand derer sich die personenorientierte Medienrezeption charakterisieren lässt. Anschließend diskutieren die Verfasser, welche Faktoren auf der Seite der Medienperson und des Publikums für Intensitätsänderungen der PSI-Prozesse verantwortlich sein können. Am Ende gehen sie auf Entwicklungs- und Anwendungsperspektiven des Modells ein.“

Schmerl, Christiane: „Kluge“ Köpfe – „dumme“ Körper?: einige Wirkungen der Kopfbetonung bei männlichen und der Körperbetonung bei weiblichen Pressefotos. – S. 48–65

„Die Untersuchung widmet sich der Frage, ob das gut belegte Phänomen der unterschiedlichen Gesichtsprominenz („Face-ism“) auf Pressefotos von Frauen und Männern mit seinen Folgen für die Wahrnehmung von Betrachterinnen und Betrachtern auch unter realitätsnahen Bedingungen nachweisbar bleibt. Dazu wurden zunächst die mittleren Face-ism-Indizes von Frauen- und Männerabbildungen aus vier Printmedien ermittelt und ihre signifikanten Unterschiede (körperbetonte Frauenfotos, kopfbetonte Männerfotos) erneut bestätigt. In einem zweiten Schritt wurden reale Pressefotos dieser Medien ausgewählt, deren Face-ism-Werte den für Frauen wie Männer charakteristischen Indizes ihrer Herkunftsmedien entsprachen. Weibliche und männliche Beurteiler sollten sie nach den vier Eigenschaften Intelligenz, Ehrgeiz, Attraktivität, Emotionalität einschätzen. Es zeigten sich für alle relativ kopfbetonten Fotos positive Effekte für die zugeschriebene Eigenschaft Intelligenz. Weiterhin zeigten sich für die Männerfotos überwiegend signifikant höhere Zuschreibungen an Intelligenz und Ehrgeiz, für die Frauenfotos signifikant positivere Bewertungen hinsichtlich Attraktivität und Emotionalität, sowie eine Anzahl interessanter Wechselwirkungen (z. B. mit Geschlecht und Alter der Beurteilenden). Die Ergebnisse werden unter dem Gesichtspunkt der kulturellen Einbettung von nicht-bewussten Geschlechterklischees diskutiert.“

Christiansen, Olaf: Das „Office for strategic influence“ als Informationsmanager in der US-Kampagne in Afghanistan. – S. 66–81

„Die Terror-Anschläge vom 11. September 2001 bildeten den Ausgangspunkt für den „war against terror“ der USA, der am 7. Oktober 2001 mit den Kampfhandlungen in Afghanistan startete. Nach anfänglich breiter Unterstützung in der Weltöffentlichkeit schwand die Zustimmung nach einigen Wochen ohne nennenswerte Erfolge im Kampf gegen Al Kaida rasch. Um diesem wachsenden Unmut in der Weltöffentlichkeit entgegenzuwirken, schuf die US-Regierung im November 2001 das „Office for Strategic Influence“ (OSI). Erklärtes Ziel des Büros: Werben um Verständnis und Zustimmung für den Krieg. Trotz schwieriger Quellenlage lässt sich die Arbeit des Büros nachzeichnen. In Afghanistan koordinierte das OSI bereits angelaufenen „Information Operations“, auf dem Meinungsmarkt im In- und Ausland war das Büro mit der Gründung des „Coalition Information Center“ und der Zusammenarbeit mit Werbefachfrau Charlotte Beers sowie der Werbeagentur „Rendom Group“ aktiv. Nach einer intensiven Skandalisierung in der „New York Times“ wurde das Büro am 25. Februar 2002 aufgelöst. Die Diskussion um das OSI konkretisierte dabei die vage Grenze zwischen öffentlich geduldeter, notwendiger Agitation und verwerflicher, für die Öffentlichkeit inakzeptabler Propaganda.“

### Trends in Communication

Jg 12 (2004) Nr 1

Whittle, Stephen: Public Service Broadcasting in the new media age: the BBC's experience. – S. 3–13

Hibberd, Matthew: Italian democracy gone mad?: public service broadcasting in the Berlusconi Era. – S. 15–32

Daalmeijer, Joop: Public Service Broadcasting in The Netherlands. – S. 33–46

Betzel, Marcel; Ward, Daniel: The regulation of public service broadcasters in Western Europe. – S. 47–62

### Zeitschrift für Medienpsychologie

Jg 16 (2004) Nr 1

Rager, Günther; Graf-Szczuka, Karola; Bodin, Michael: Wer liest Zeitung?: Einflussfaktoren auf die Zeitungsnutzung Jugendlicher. – S. 2–16

Reid, Scott A.; Giles, Howard: A social identity model of media usage and effects; ein Modell der sozialen Identität zur Erklärung von Mediennutzung und Medienwirkung. – S. 17–25

Maier, Jürgen; Faas, Thorsten: Debattenwahrnehmung und Kandidatenorientierung: eine Analyse von Real-Time-Response- und Paneldaten zu den Fernsehduellen im Bundestagswahlkampf 2002. – S. 26–35

### ZUM

Jg 48 (2004) Nr 2

Loewenheim, Ulrich: Die Benutzung urheberrechtlich geschützter Schriftwerke in Sekundärliteratur für den Schulunterricht. – S. 89–95

Brauner, Frank: Das Haftungsverhältnis mehrerer Lizenznehmer eines Filmwerks innerhalb einer Lizenzkette bei Inanspruchnahme aus § 32 a. – S. 96–103

Haupt, Stefan: Die EG-Richtlinie „Urheberrecht in der Informationsgesellschaft“ und Konsequenzen für die Nutzung von Werken im Schulunterricht gemäß § 52 a UrhG. – S. 104–111

Die EG-Richtlinie „Urheberrecht in der Informationsgesellschaft“ gestaltet es den Staaten, im Hinblick auf den Schutz des Urheberrechts Ausnahmeregelungen zu schaffen, z.B. „für die Nutzung ausschließlich zur Veranschaulichung im Unterricht oder für Zwecke der wissenschaftlichen Forschung, sofern – außer in Fällen, in denen sich dies als unmöglich erweist – die Quelle, einschließlich des Namens des Urhebers, wann immer dies möglich ist, angegeben wird und soweit dies zur Verfolgung nicht-kommerzieller Zwecke gerechtfertigt ist.“ Der Autor zeichnet die Entwicklung von § 52a des Urheberrechtsgesetz-Entwurfes nach, der eine Nutzung von Inhalten zu Unterrichtszwecken auch digital über Server ermöglicht, und stellt dar, was nach dieser Norm zulässig und was verboten ist.

Brauner, Frank: Das Haftungsverhältnis mehrerer Lizenznehmer eines Filmwerks innerhalb einer Lizenzkette bei Inanspruchnahme aus § 32 a UrhG. – S. 96–103

Brauer, Tillmann; Sopp, Michaela: Sicherungsrechte an Lizenzrechten: eine unsichere Sicherheit?: das Schicksal von Sicherheiten an Lizenzrechten. – S. 112–121

König, Christian; Haratsch, Andreas: Die Wiegegeburt von Art. 86 Abs. 2 EG in der RAI-Entscheidung der Europäischen Kommission. – S. 122–124

„Mit dem Altmark Trans-Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 24. Juli 2003 schien die Bedeutung von Art. 86 Abs. 2 EG im Bereich der öffentlichen Datensvorsorge weitgehend marginalisiert. Im Fall einer angemessenen Gegenleistung für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse, mit denen ein Unternehmen betraut ist, verneint der Gerichtshof das tatbestandliche Vorliegen einer Beihilfe im Sinne von Art. 87 Abs. 1 EG, sofern kumulativ die vier vom Gerichtshof im Altmark Trans-Urteil aufgestellten Voraussetzungen erfüllt sind. Es schien so, als würden die Voraussetzungen des Art. 86 Abs. 2 EG (insbesondere der Verhältnismäßigkeitsgrundsatz) in der Tatbestandslösung der Altmark Trans-Voraussetzungen aufgehen. Die Entscheidung der Europäischen Kommission im Beihilfenverfahren gegen die italienische öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt RAI vom 15. Oktober 2003 zeigt

jedoch, dass dies nicht der Fall ist. Art. 86 Abs. 2 EG kommt nach wie vor eigenständige Bedeutung neben den Altmark Trans-Kriterien zu.“

#### Jg 48 (2004) Nr 3

Dünnewald, Rolf: Die Neufassung des künstlerischen Leistungsschutzes. – S. 161–181

Bei der Diskussion um den so genannten Zweiten Korb der Novellierung des Urheberrechts spielt u. a. die Frage des Einsatzes von Digital Rights Management (DRM)-Systemen eine zentrale Rolle. Es wird diskutiert, ob die digitale Privatkopie weiter über eine Pauschalabgabe auf Geräte und Leerträger oder durch Individualabrechnung mittels DRM vergütet werden kann oder soll. DRM-Systeme verschaffen bestimmten Nutzern den Zugang zu geschützten Inhalten und ermöglichen somit den Vertrieb dieser Inhalte; ein Kopierschutz verhindert gleichzeitig die unautorisierte Nutzung. Hierbei ergeben sich mehrere juristische Fragen: Kollidiert der Kopierschutz, wie er in DRM-Systemen vorgesehen ist, mit dem Recht auf Privatkopie? Muss das bisher von den Verwertungsgesellschaften betriebene System der Vergütung von Urhebern modifiziert werden? – Das Symposium „Digital Rights Management – Rechtliche und wirtschaftliche Aspekte“, das das Institut für Urheber- und Medienrecht am 24. Oktober 2003 veranstaltete, diente der Behandlung solcher Fragen. Die Beiträge in diesem Heft basieren auf Vorträgen, die auf diesem Symposium gehalten wurden. Guggemos berichtet über praktische Erfahrungen mit DRM, Schippan behandelt Rechtsfragen bei der Implementierung von DRM-Systemen, Pfennig stellt die Position der Verwertungsgesellschaft VG Bild-Kunst, Rohledder die von BITKOM vor. Von Rohm liefert den Diskussionsbericht zum Symposium.

Becker, Jürgen: Symposium; „Digital Rights Management – rechtliche und wirtschaftliche Aspekte“ des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 24.10.2003: Einführung. – S. 182–183

Guggemos, Werner-Christian: Digital rights management im praktischen Einsatz. – S. 183–87

Schippan, Martin: Rechtsfragen bei der Implementierung von Digital Rights Management-Systemen. – S. 188–197

Pfennig, Gerhard: Digital rights management Systeme aus der Sicht von Verwertungsgesellschaften. – S. 198–202

Rohleder, Bernhard: DRM – Herausforderung und Chance in der digitalen Welt. – S. 203–204

#### Jg 48 (2004) Nr 4

Flechsig, Norbert P.: Beteiligungsansprüche von Sendeunternehmen an gesetzlichen Vergütungsansprüchen wegen privater Vervielfältigungshandlung; zur zwingenden Anpassung des § 87 Abs. 4 UrhG im Lichte der Informationsrichtlinie 2001/29/EG. – S. 249–256

Berger, Christian: Die Neuregelung der Privatkopie in § 53 Abs 1 UrhG im Spannungsverhältnis von geistigem Eigentum, technischen Schutzmaßnahmen und Informationsfreiheit. – S. 257–265

Poll, Günter; Braun, Thorsten: Privatkopien ohne Ende oder Ende der Privatkopie?: § 53 Abs 1 UrhG im Lichte des „Dreistufentests“. – S. 266–278

Palzer, Carmen: Marktdefinition im Bereich der audiovisuellen Medien nach dem Wettbewerbsrecht der Europäischen Gemeinschaft. – S. 279–289

Loeb, Michael: Werbung als Finanzierungsquelle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. – S. 290–299

Ehrhardt, Jan: 32+32a=20b–20b: Ist § 20b Absatz 2 zu streichen?. – S. 300–303